il direttore

Alberto Lupini

Per dare un futuro a bar e ristoranti ecco 6 progetti da realizzare

Li ha proposti la Fipe in occasione dell'audizione parlamentare sul Dpcm. Da un prolungamento al 2021 di molti aiuti a norme per accompagnare le migliaia di aziende che chiuderanno. Serve un piano generale per sostenere un comparto strategico ed evitare ripercussioni pesantissime su tutta l'economia

Non bastano un po' di aiuti economici o il rinvio di alcune scadenze fiscali o previdenziali. Il mondo dei bar e dei ristoranti - 330mila imprese che fin dall'inizio della pandemia hanno pagato più di tutti un prezzo altissimo - non ce la fa più. Con le ultime chiusure è in forse la stessa sopravvivenza di un comparto strategico per la promozione dell'agroalimentare, per il turismo e per la vita sociale degli italiani. Ormai da mesi sentiamo allarmi rossi che preannunciano 50mila chiusure definitive, 330mila posti di lavoro in meno e una perdita di almeno 28 miliardi di euro per fine anno. E ormai ci siamo... E perché non sia un'ecatombe generalizzata con ricadute pesanti ad ogni livello occorre intervenire subito con un progetto di riorganizzazione del sistema. A richiederlo con forza, quasi un ultimatum alla politica, è la Federazione italiana pubblici esercizi, che cogliendo l'occasione delle audizioni parlamentari sull'ultimo Dpcm ha presentato alcune linee guida su cui costruire una strategia per uscire coi minori danni possibili da questa situazione. Un progetto complessivo che secondo il direttore generale di Fipe, Roberto Calugi, non può prescindere da 6 punti chiave che necessitano di una cabina di regia "politica":

1. Ristoro economico

2. Riduzione dei costi operativi

3. Generazione di liquidità

4. Stimolo della domanda

5. Stimolo degli investimenti

6. Riordino del mercato

Molti operatori del comparto sono esasperati e le manifestazioni di protesta, al netto delle azioni violente di estremisti, ne sono una dimostrazione. È vero che in quasi tutto il mondo, dal dirigismo comunista della Cina al negazionismo trumpiano, si è arrivati a chiudere i pubblici esercizi, ma forse in nessun Paese l'accoglienza ha un peso socialmente così rilevante come in Italia. In Germania pesa esattamente la metà. Ma in Italia le risorse per le imprese sono fra le più basse a disposizione. E ciò che preoccupa maggiormente è l'assenza di una qualche strategia politica per immaginare il futuro a breve di queste aziende. Al netto dei soliti proclami un po' demagogici (del Governo come delle opposizioni), si procede solo con interventi tampone (e di fatto assistenzialistici). Non c'è alcun progetto per riorganizzare e rendere più forte un comporto che in prevalenza poggia su piccole realtà famigliari, spesso sottocapitalizzate e magari con problemi a livello del personale. E in più sono troppi i Ministeri fra cui sono frazionate le competenze del settore. Ed è su queste basi che, ancora una volta, per supplire a quella carenza di visione generale da parte delle istituzioni la Fipe lancia il suo progetto in 6 punti per garantire un futuro a bar e ristoranti. Ma vediamo in sintesi alcune delle azioni proposte.

1. Ristoro economico

È il punto forse più semplice e su cui la Fipe ricorda che i pur apprezzabili interventi di "ristoro" non sono in grado di incidere su aziende che sono state fermate. Ciò che si chiede, in particolare, è uno stanziamento che al netto di quanto già erogato alle imprese garantisca almeno un ristoro pari al 20% della perdita di fatturato.

2. Riduzione dei costi operativi

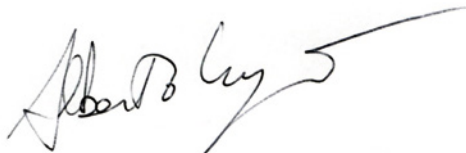
Su questo punto la Fipe pone l'accenno, come ha fatto dal primo giorno sull'importanza del lavoro dei dipendenti. E qui si apre il tema di un "patto occupazionale" sulla base di un taglio al costo degli oneri sociali per i lavoratori della ristorazione e dell'intrattenimento per tutto il 2021. Un costo che sarebbe più che compensato dagli oneri a carico dello Stato per una larga massa altrimenti di disoccupati.

C'è poi la questione di affitti, canoni di concessioni o affitti di azienda. Oggi gli imprenditori non sono in grado di sostenere i costi delle locazioni che sono balzati dal 10% al 30% del fatturato. Oltre ad un blocco degli sfratti, serve una riforma che tenga conti degli interessi di tutte le parti e introduca magari la cedolare secca per favorire un ribasso dei contratti esistenti.

In tema di costi operativi, c'è poi tutta la questione fiscale, dove la Fipe chiede con forza una dilazione ad almeno 10 anni delle scadenze fiscali indifferibili del 2020 e una cancellazione delle imposte come Imu, Tari e Tosap direttamente collegate alla gestione dell'attività.

3. Generazione di liquidità

Un po' come per la leva fiscale, così si deve agire anche per quanto riguarda i debiti bancari che le aziende hanno attivato a fronte del crollo delle attività. Il decreto che garantiva liquidità è stato attuato con lentezza e ora i debiti contratti nel 2020 vanno spalmati in un arco temporale di almeno 20 anni con un preammortamento di almeno 24 o 36 mesi, che permetta alle imprese che sono oggi in stato prefallimentare di ottenere quella liquidità per rialzarsi e ripagare il debito. Serve un grande patto con le banche (per approfondire cerca il codice articolo 71350).

4. Stimolo della domanda

Per riattivare la domanda, che stagnerà per molto tempo in assenza di turismo e di lavoro nella pausa pranzo, un obiettivo indispensabile è ridurre l'Iva sulla ristorazione. L'Iva sarebbe fra l'altro da azzerare su delivery e asporto e sulle attività di intrattenimento, per garantire un minimo di start up. Un altro strumento importante sarà quello del cash back per agevolare al massimo i pagamenti elettronici e garantire un "ritorno" anche ai consumatori.

5. Stimolo degli investimenti

Sul piano degli investimenti vanno introdotte tutte le formule possibili per favorire l'ammodernamento delle strutture attraverso agevolazioni e incentivi: La digitalizzazione è uno dei campi obbligati, a sostegno della quale vanno posti tax-credit e superammortamenti.

6. Riordino del mercato

È forse il punto più delicato, sul quale con senso di responsabilità la Fipe lancia l'idea di un mega provvedimento che garantisca un futuro ad imprenditori e dipendenti che saranno obbligati a chiudere. Di fronte alla prevedibile chiusura di 50mila aziende si chiede un fondo destinato a mitigare gli effetti sull'indotto. Un "Fondo chiusura delle imprese a causa Covid", a cui collegare nuove norme sulle crisi di impresa per preservare il futuro imprenditoriale di migliaia di persone che altrimenti si ritroveranno impossibilitatie ad operare a causa di un evento del tutto esterno ed imprevedibile. E per chi resterà sul mercato, e per i nuovi ingressi, serviranno invece norme più restrittive per regolare i criteri di accesso al settore della ristorazione e dell'intrattenimento che, causa la liberalizzazione della legge n.223 del 2006 che ha lasciato spazio a troppa improvvisazione, hanno spinto oltre ogni limite accettabile il numero dei pubblici esercizi (per approfondire cerca il codice articolo 71374).

Per i tuoi commenti cerca il codice 71352 su **www.italiaatavola.net**

In copertina

ALPEREGIS CAMBIA LOOK STILE MINIMAL ED ELEGANTE 124

Una nuova iniezione di stile, che proietta la gamma AlpeRegis nel futuro, per soddisfare le aspettative di un cliente sempre più esigente sia in termini qualitativi che di attenzione ai trend di consumo.

Sommario

26

34

50

62

68

108

110

146

170

182

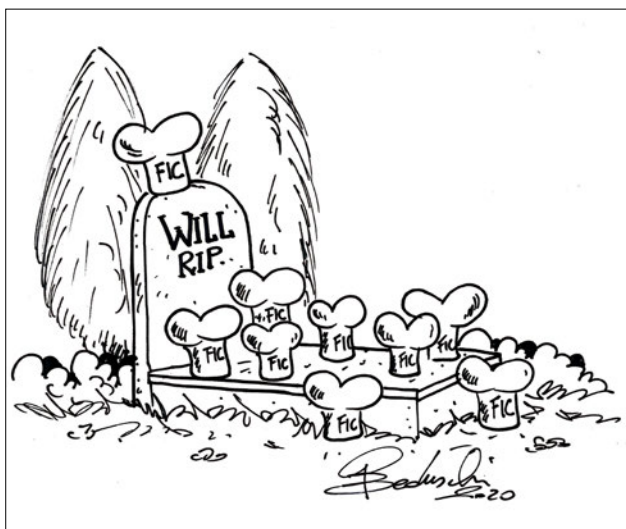
CERCA GLI APPROFONDIMENTI SU WWW.ITALIAATAVOLA.NET

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

Rocco Pozzulo

Presidente Nazionale Fic

Willy voleva essere un cuoco
Una storia da non dimenticare

Ucciso a calci e pugni, con gli aggressori che gli salivano pure sul corpo, anche quando era ormai inerme ed immobile: è l'ennesima brutta storia di cronaca che si ripete riempiendo con macabri dettagli le pagine dei giornali. Vittime quasi sempre giovani, ragazzi normali riluttanti a rispondere con la violenza a tracotanza e aggressività fisica. Vittima del brutale pestaggio, Willy Monteiro Duarte, un giovane di 21 anni, deceduto dopo il suo trasporto all'ospedale; la sua sola colpa è stata essere intervenuto a difesa di un amico, con l'intenzione di sedare gli animi del "branco di predatori assassini".

Il povero Willy abitava con tutta la famiglia, a Paliano, in provincia di Frosinone. Persone a posto, perfettamente integrate, originarie capoverdiane. Willy era una persona assai mite, rispettosa, benvoluta da tutti, carica d'energia vitale, col futuro negli occhi; parlava perfettamente l'italiano, ma con una leggera inflessione "ciociara"; comunque indistinguibile dai suoi coetanei, compagni di classe, se non per il colore della pelle, ebano la sua. Si era diplomato all'Istituto alberghiero di Fiuggi, lavorava in un ristorante di Artena, voleva diventare un grande cuoco, ma non ne ha avuto la possibilità, o meglio, gliel'hanno rubata. Mi chiedo il perché di tutto ciò e i motivi di tanta ferocia. I delinquenti che hanno ammazzato Willy non sono dei "morti di fame", non sono arrivati a ciò per rubare o spinti da chissà quale altro "giustificato" motivo. Il loro profilo di amanti della vita "dinamica", dal denaro veloce, appassionati di arti marziali, con muscoli costruiti, corpi tatuati, sguardi truci e soprattutto testa vuota, non giustifica - nemmeno questo, in alcun modo - l'insano e orribile gesto. Che sia un ulteriore morbo, come il coronavirus, che si sta "insinuando" in parte di questa nuova società, chissà?!

Sono indecentemente ironico, ma il problema esiste ed è pericoloso per tutti, necessita assolutamente di interventi con forza in ogni suo sporadico segnale di sviluppo e proliferazione. Il lavoro che va fatto sulle nuove leve della società è profondo, complesso e lunghissimo; devono cominciare, in questo senso, scuola e famiglia, quali presidi di sana educazione e civiltà: lo affermo qui ad alta voce, quale figlio di un padre stupendo a cui sono stati trasmessi sani valori, e come insegnate, affinché storie brutte come queste non si ripetano.

È mia intenzione, quale presidente della Federazione italiana cuochi, che il nome di Willy (e ciò che è accaduto) possa essere prossimamente ricordato attraverso attività Fic dedicata ai giovani, per una maggiore sensibilizzazione al problema. Questo per fare in modo che non si tratti dell'ennesima brutta storia da dimenticare. Monito affinché violenze inaudite, manifestazioni di razzismo, di bullismo e tutti quegli episodi di soprusi fisici e psicologici, specie tra i giovani, non avvengano più.

Certo, è poca cosa e non di grande sostegno ai famigliari di Willy, a fronte della immensa tragedia, ma lo ritengo importante per tutti noi e per le nostre coscienze, a ricordo di un ragazzo al quale è stato negato un futuro, a dimostrazione anche che la sana integrazione di emigrati onesti e dei loro figli è possibile.

Per i tuoi commenti cerca il codice 70878
su **www.italiaatavola.net**

Enrico Derflingher
Presidente Euro-Toques International e Italia

La cucina della rinascita

Il Consiglio direttivo di Euro-Toques International si è riunito il 2 novembre via web per analizzare una situazione sempre più complessa e stringere i ranghi. I cuochi europei fanno squadra in questo momento difficile. La situazione è grave, anche simbolicamente.

La nostra sede internazionale è in Belgio, a Bruxelles, uno dei Paesi più colpiti dalla pandemia. Sconforto e preoccupazione, certo, ma abbiamo voluto lanciare un messaggio positivo in questo contesto. Andare avanti per immaginare e creare la cucina della rinascita.

Le singole delegazioni di Euro-Toques hanno voluto guardare oltre e hanno fatto corpo mettendo nero su bianco una petizione da inoltrare alla Commissione europea. La rinascita parte dalla carne, dagli allevamenti rispettosi dell'ambiente e del benessere animale.

Impegnata nella difesa dei prodotti tipici, della stagionalità e dei territori, Euro-Toques si preoccupa dell'arrivo nei nostri piatti della "carne in provetta" prodotta con cellule staminali. Una strada opposta alla nostra interpretazione della cucina. Noi cuochi mettiamo in valore le qualità dei prodotti, la loro stagionalità e i territori che hanno dato loro origine. Difendiamo un modello di allevamento fatto di piccole realtà produttrici, con degli animali allevati all'aperto e nutriti di erba e fieno. Ci battiamo per selezionare con attenzione le razze, porre in risalto il lavoro dei nostri allevatori, promuovere il sapere dei nostri artigiani, educare il consumatore a un'alimentazione equilibrata e lottare contro gli sprechi.

E ci opponiamo con vigore alla fabbricazione in laboratorio di prodotti di sostituzione della carne. Surrogati creati in vitro a partire da cellule staminali potrebbero comparire presto nei nostri piatti. E non solo carne: latte sintetico, frittate senza uova...

Per i tuoi commenti cerca il codice **71200** su **www.italiaatavola.net**

Roberto Lestani

Presidente Fipgc

Prima che pasticceri, siamo uomini in difficoltà

Un Natale senza pasticceria è un Natale triste e una pasticceria senza Natale rischia di essere un disastro, più grave di quello già verificatosi negli ultimi mesi. Il nostro mondo, che lavora per creare dolci e dolcezze soprattutto nei momenti di festa, si avvicina ad una delle occasioni più floride dell'anno con timore, difficoltà, incertezza e necessità di reinventarsi.

Ora parlare di professione e di lavoro è complicato, sia perché ce n'è poco, sia perché prima di tutto va curata la salute. Ricevo telefonate di colleghi in lacrime e non so come aiutarli

Che Natale ci attende?

Siamo tutti con l'elmetto in testa, pronti per sfidare ogni scenario che si palesa davanti a noi. Non sappiamo come potremo affrontare questo periodo natalizio, ma anche se dovessimo farcela a lavorare saremmo comunque in bilico per il domani che ci attende. Fino a che la pandemia non sarà passata noi resteremo sempre in prima linea per provare sempre ad andare avanti.

Da un punto di vista prettamente professionale, in molti si stanno attrezzando per essere attivi ed efficienti con l'e-commerce, considerando che l'asporto è ormai un'attività che è entrata a pieno regime in ogni pasticceria. Non è facile perché significa cambiare il modo di vendere, rivedere la struttura della propria impresa, ma i consumatori cercano questo tipo di servizio e allora il lavoro si facilita un po'. Ma basterà? Tutti stanno cercando di fare l'impossibile per tenere botta, per non licenziare e per non chiudere, ma molti ci sono davvero vicini, diversi l'hanno già fatto e altri lo faranno.

Ricevo quotidianamente telefonate di colleghi nonché padri di famiglia in lacrime perché non sanno come fare ad andare avanti ed io mi ritrovo senza parole, senza consigli, senza idee tecniche, perché è impossibile in questo momento parlare di impasti, di materie prime, di metodi di lavoro, di novità. Mi viene solo da togliermi il cappello da pasticcere, parlare da cristiano e dire di affidarci al Signore perché in questo momento non si può fare altro, ce lo impone la situazione.

Per i tuoi commenti cerca il codice **71194** su **www.italiaatavola.net**

Debic

"PER ESALTARE GLI INGREDIENTI E NON COPRIRNE IL GUSTO HO BISOGNO DI UNA

PANNA PERFETTA"

Luca Montersino
ALBA

100 YEARS DEBIC

Chef, imprenditore, docente, autore.
Luca Montersino è forse il protagonista più eclettico della ristorazione contemporanea. Per questo sceglie la versatilità di Culinaire Original Debic per primi e secondi piatti, zuppe e salse. Una panna da cucina incredibilmente cremosa che non coagula, non si separa e garantisce un tempo di rappresa molto veloce. L'Originale, nata dai 100 anni di esperienza Debic.
Vuoi creare piatti meravigliosi come Luca?
Scopri di più su Debic.it

Debic. Per le mani dei professionisti.

Angelo Musolino
Presidente Conpait

La pasticceria che soffre merita risposte da chi governa

Se i responsabili dei contagi sono anche le attività che producono reddito e conseguentemente lavoro, allora sta allo Stato il dovere di farsi carico dei fatturati di queste stesse attività, chiaramente in perdita - e senza aiuti, inevitabilmente verso la chiusura - a causa delle decisioni prese in questa situazione di crisi sanitaria. Gli imprenditori e i loro dipendenti non possono continuare a sopportare il peso economico di una situazione sulla quale non hanno alcun controllo.

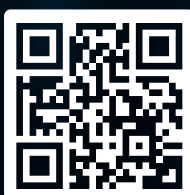
Il Governo, con le ultime decisioni che sta prendendo, e con la responsabilità di queste stesse decisioni, risponda chiaramente e in maniera celere riguardo le misure che attiverà per sostenere le imprese. Serve al più presto un intervento con moratoria e pace fiscale, credito d'imposta, un sostegno immediato alle imprese che non potendo lavorare non possono sicuramente sopravvivere.

Altrimenti lo scenario che ci si prospetta vedrà chiuse migliaia di aziende, con i loro dipendenti chiaramente licenziati. Una situazione, quindi, che interessa non una sola categoria, ma tutto il sistema-Italia, che è formato da cittadini eguali, senza nessun eccezione.

Il Governo deve dare risposte concrete a tutti, dai bar alle pizzerie passando per i ristoranti, dalle gelaterie alle pasticcerie, dai teatri ai cinema, dalle palestre ai negozi. Tutti luoghi che si sono impegnati nel corso di questi mesi a munirsi delle misure necessarie per far fronte al coronavirus, diventando posti sicuri, anche e grazie alle spese economiche di adattamento che sono state effettuate. Una notevole uscita economica, tanto impegno per tutelare clienti e personale, ma nonostante tutto ancora queste categorie sono additate come "untrici". E nel frattempo attività come i pullman scolastici e le metropolitane continuano la loro attività, nonostante abbiano un ambiente molto meno sicuro.

Musolino Angelo

Per i tuoi commenti cerca il codice **71079** su **www.italiaatavola.net**

Marco Reitano
Presidente Noi di Sala

Scoprire ristoranti lontani con un semplice click

Asserragliati in casa a causa del lockdown, i camerieri soffrono la mancanza della dinamica giornaliera del proprio lavoro. Come per tutti, le attuali problematiche d'impiego possono essere molto serie, e tenere duro è di certo la regola di base. In questa situazione vorrei dare un suggerimento utile per continuare a fare qualcosa di positivo per il proprio mestiere, per migliorarci anche durante questi momenti transitori.

Parliamo di cultura, di storia e conoscenza della ristorazione mondiale, quella affermata, quella riconosciuta da cui prendere esempio, e di cui ogni Paese o singola città va fiero. Spesso però, anche se siamo esperti del mestiere, in realtà non conosciamo bene i nostri colleghi, quelli che lavorano nella ristorazione internazionale. La nostra finisce per essere una "visione territoriale" purtroppo limitata.

E allora, con un po' più di tempo libero, e forti della nostra connessione wi-fi, perché non fare una ricerca, un viaggio virtuale per incontrare e avvicinarci di più ai nostri colleghi? Attraverso il web possiamo "far visita" ai ristoranti di tutto il mondo, scegliendoli magari grazie all'ausilio delle recensioni dei critici o delle guide, sia locali che internazionali. Possiamo così conoscere la storia di questi ristoranti: alcuni sono finiti sulla cresta dell'onda negli ultimi anni, altri invece hanno profonde radici storiche legate al territorio.

È interessante conoscere ad esempio i fondatori di queste attività, vedere i volti dei personaggi che hanno contribuito o continuano a contribuire alla qualità e alla cultura della ristorazione del loro Paese. Entrando nei siti dei ristoranti possiamo visionare fotografie che mostrano l'architettura o gli arredamenti che lo caratterizzano. La filosofia stilistica di ogni ristorante spesso racconta una storia, attraverso opere e oggetti unici.

Le foto mostrano location spesso spettacolari. Ristoranti meravigliosi all'ultimo piano dei grattacieli di Manhattan o in cottage stupendi con panorami unici, o ancora posti incredibili sperduti in isole tropicali o in strutture riqualificate alla stregua di vere e proprie opere d'arte. Un vero viaggio anche per i nostri sensi.

Europa, Stati Uniti, Asia, Australia: non importa dove. Sono tutti luoghi raggiungibili col web. Possiamo anche approfittare di eventuali download dei menu delle pietanze, così da iniziare a vivere un ricco viaggio culturale. Scaricare le carte dei vini poi, ci assicura tantissime informazioni sul mercato e sul gusto degli avventori. Scoprire quali sono i vini che vanno per la maggiore può essere utile per il nostro mercato futuro e magari essere uno spunto per degustare etichette nuove.

Insomma, ricapitolando, un'opportunità per accrescere la nostra cultura da ristoratori professionisti, cogliendo le radici, i trend, gli spunti propositivi. Tutto questo ci permette di allargare la nostra visione per conoscere lo scenario globale.

Marco Reitano

Per i tuoi commenti
cerca il codice **71322** su **www.italiaatavola.net**

- Sia per forno elettrico che per forno a legna
- Resiste alle alte temperature
- Rimane bianca dopo la cottura
- Fiammifero di dimensione 4x8x30 mm che ottimizza la resa a caldo
- Ottima copertura e filabilità
- Materia grassa sul secco 48%

SEGUICI SU:

Valerio Beltrami
Presidente Amira

Mostrare il nostro sorriso ai clienti è ciò che chiediamo per Natale

Non si vede ancora il sereno. È appena terminata l'estate, sulle spiagge si sono ritirati i lettini e chiusi gli ombrelloni. Anche se con sacrifici e con numeri decisamente inferiori rispetto agli anni passati, la stagione estiva si è chiusa con un bilancio abbastanza positivo, le persone hanno avuto la voglia di evadere, di viversi le ferie, di fare festa. Ma oggi, con la stagione invernale alle porte e le festività natalizie dietro l'angolo, il governo e le Regioni hanno messo in atto misure che vanno dal coprifuoco alle chiusure anticipate di bar e ristoranti. Questo per evitare un'ulteriore balzo dei contagi e un eventuale lockdown durante il mese di dicembre.

Misure restrittive, lo spettro di un lockdown a dicembre, un virus che continua a diffondersi. Questa situazione di crisi ci porta a chiedere a Babbo Natale un rimedio, la cura

Se le misure non bastassero e il lockdown nel periodo delle feste si rivelasse inevitabile, significherebbe dare il colpo di grazia al nostro settore, che sta già pagando un caro prezzo a questo Covid-19. Ci troveremmo davanti a un baratro dal quale risalire sarebbe quasi impossibile.

Per il nostro settore dicembre significa cene di lavoro, feste di capodanno, settimane bianche nelle stazioni sciistiche. Ma con quello che si sta vivendo e prospettando, come sarà davvero questa stagione invernale?

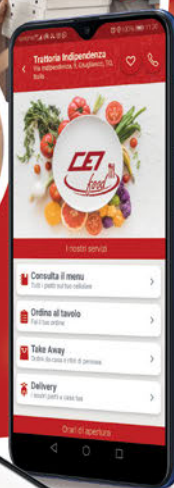
Le domande che mi pongo, che tutti ci poniamo, sono moltissime. Io, come tutti, non ho risposte, ma posso dire che, se non si trovasse vaccino o cura per sconfiggere questa "bestia", il mondo intero pagherà un prezzo molto caro e ci vorrà molto tempo per risollevarsi.

È vero: dopo ogni crisi, ogni guerra, c'è stata sempre la ripresa, la ricrescita. Questa volta, però, ci vorrà più tempo, perché questo nemico, seppur invisibile, attacca ogni singolo angolo della nostra economia e della nostra vita. Tutto dipende anche dal nostro senso di responsabilità.

Mi auguro che come dono quest'anno Babbo Natale possa portare a tutti noi quella cura e quel vaccino che sapranno sconfiggere la "bestia", così da ridarci la serenità che da molto ci manca. Così da ritrovarci nei nostri locali, dove sapremmo donare il nostro sorriso - non coperto da mascherine - ai nostri clienti.

Per i tuoi commenti cerca il codice **70893** su **www.italiaatavola.net**

Ezio Indiani

Presidente European Hotel Managers Association

Armarsi di perseveranza perché un'idea diventi realtà

Mr. Ray Kroc, fondatore di McDonald's, nel film sulla sua vita ci ricorda che la ragione del successo è spesso la grande perseveranza, quella stessa perseveranza che lo ha sempre contraddistinto e portato al successo. Chiunque sia perseverante nei propri lavori o progetti mette tutta l'energia e la determinazione necessarie per portarli a termine, costi quello che costi. È paziente quando serve e sa aspettare il momento giusto per far sì che le cose accadano. Non si scoraggia mai e molto raramente abbandona un progetto nel quale crede. Sa auto-motivarsi quando le cose non vanno nel verso giusto, sa fronteggiare le ostilità degli altri in modo composto e cerca con pazienza di convincerli dell'importanza del progetto e degli effetti positivi che lo stesso porterebbe all'organizzazione.

La perseveranza è necessaria quando i progetti o le idee presentati la prima volta sono stati respinti. Forse perché pubblico o colleghi non erano pronti: i tempi non erano maturi. Quando le proprie idee incontrano la resistenza, è necessario concentrarsi sulla validità di queste, sugli obiettivi che ci si è prefissati. Così sarà più facile tener duro! Chi persevera, continua ad insistere sulle proprie idee. Deve cercare di presentarle in modi diversi, magari più vicini al "modo di intendere" degli interlocutori, o attraverso ragioni che rimandino più nell'immediato al successo dell'obiettivo prefissato, o magari attrezzandosi di brillantezza nell'esporle. Fare in modo che tutti traggano vantaggio da queste nuove proposte.

È buona cosa ascoltare i feedback che vengono dati e farne tesoro. Non prendere mai sul personale le obiezioni che vengono fatte. Concentrarsi sul lavoro che deve essere fatto. Capire le ragioni profonde per le quali l'idea o il progetto non sono stati accettati è fondamentale per ripresentare il tutto con una nuova veste, senza però cambiare la sostanza.

Alla base della perseveranza per un progetto o un'idea c'è l'assoluta convinzione, al 100%, della validità della proposta. Questo permette di poter incassare, senza scoraggiarsi, tutte le molteplici critiche che verranno.

Bob Perry, mio professore al Cdi-Carrier Development Institute, Hilton International, a Montreal, in Canada, ci faceva notare, in metafora, che il cimitero delle idee era colmo di eccellenti illuminazioni che hanno però avuto la sfortuna di essere state ideate da qualcuno che, facendosene promotore, non era abbastanza determinato o convinto delle stesse per portarle a termine. Così le idee muoiono sul nascere. Perseverare è cruciale quando si è sicuri della validità delle proprie proposte.

Per i tuoi commenti cerca il codice **70889** su **www.italiaatavola.net**

Alessandro D'Andrea

Presidente Associazione Direttori d'Albergo

Il ritorno della crisi Non abbiamo imparato niente

Ci risiamo... Era l'ormai lontano - si fa per dire - febbraio del 2020, quando si cominciò a sentir parlare del virus che stava dilagando in maniera incontrollata e che avrebbe rischiato di "allontanare" le persone tra loro e dai luoghi di aggregazione, per confinarle in casa. Ad un tratto gli alberghi cominciarono a ricevere cancellazioni di prenotazioni, gli aerei smisero di volare, le città si svuotarono: all'improvviso, tutto fermo! Chiusi in casa per due settimane, un mese, due mesi... Con le attività economiche in stallo, ma in attesa della bella stagione con la sola certezza di poter almeno andare al mare, per chi se lo fosse potuto permettere.

Ecco, ora, a soli otto mesi di distanza, ci siamo ritrovati nella medesima situazione ma... Sono passati otto mesi! E nel frattempo cosa è successo? Cosa abbiamo imparato? Cosa abbiamo fatto per evitarlo? Non voglio giudicare se sia stato giusto o sbagliato ciò che è stato fatto e si sta facendo, al contrario vorrei riflettere su cosa non è stato fatto, perché il problema sta proprio qui.

Usciti dal primo lockdown ed entrati nella bella stagione, tanti quelli che hanno voluto dimenticare, pochi gli interventi mirati. Ora, realtà come gli hotel che hanno investito nella sicurezza sono di nuovo in crisi

Nel tempo trascorso dall'inizio della pandemia ad oggi non è stato messo a frutto nulla di ciò che ci sarebbe potuto servire per vivere meglio il presente. Tutte le aziende - ma focalizziamoci sugli alberghi - hanno adeguato le strutture con ingenti investimenti economici. Dai Dpi alla riorganizzazione degli spazi, dai termoscanner alla segnaletica, dalla formazione del personale alla riorganizzazione dei servizi. Siamo riusciti a far ripartire un po' il business.

Abbiamo ricominciato pian piano, mare e montagna in estate - anche se con una stagione a metà - grandi città da inizio settembre, con eventi e clientela business che ricominciava a muoversi; anche le scuole hanno riaperto. Ma poi tutti gli sforzi si sono rivelati vani, perché nessuno si era reso conto che le persone si spostavano con i mezzi di trasporto e che in molti locali non venivano rispettate le norme anti-contagio. In queste occasioni non c'è stato alcun intervento mirato, che avrebbe potuto - e dovuto - contenere l'espansione della pandemia, pur consentendo la lenta ma necessaria ripartenza dell'economia. Nessun intervento, e la conseguenza immediata è stata ben peggiore: dopo che i primi eventi sono stati realizzati con ottimo successo organizzativo, ecco arrivare lo stop.

La ristorazione è stata dipinta come un focolaio ad ore: di giorno contagiati pure, ma di sera è meglio di no. Limitati i congressi e gli eventi, poi lo stesso destino è toccato anche alle fiere. È stata modificata la capacità massima dei mezzi pubblici: ridurre dell'80% o del 50% la capacità dei mezzi è difficile da controllare e non sempre garantisce il distanziamento necessario.

Arrivati a questa situazione, possiamo ben dire di essercele cercate queste nuove, tragiche limitazioni. La questione sanitaria è ancora molto grave, purtroppo, ma l'aspetto economico rischia di essere ancora più grave, nel tempo. Per l'ennesima volta non siamo stati capaci di anticipare il problema, ancora una volta lo stiamo subendo. Fintanto che avremo la forza di sopravvivere. E poi? Cosa resterà degli anni '20 di questo nuovo millennio?

Per i tuoi commenti cerca il codice **71202** su **www.italiaatavola.net**

Ernesto Molteni
Presidente Abi Professional

Aibes e Abi Professional È ora di fare squadra

Sono più di 4 anni che ho evitato di parlare di Aibes e Abi Professional. L'ho fatto per correttezza deontologica e rispetto di colleghi e amici. Purtroppo i ripetuti e superficiali attacchi mediatici che rilevo sui social con atteggiamenti polemici da parte di numerosi professionisti e da personaggi influenti del mondo del bartending mi fanno capire come in realtà siano in tanti ad ignorare la nostra storia, e con essa le nostre origini.

Nel 2012 l'Aibes fu gestita da alcune persone che ne mutarono la mission, basandosi prima su un nuovo regolamento e poi su un nuovo statuto con poteri decisionali che esulavano da qualsiasi forma di gestione democratica. Tutto ciò, come si è poi dimostrato nel corso degli anni, per motivi di interessi e rendiconti personali.

Isolati da tutto e da tutti, un grande numero di soci storici fu estromesso da ogni possibilità di partecipare alla vita associativa e costretti a intraprendere la via del Tribunale per far valere i propri diritti. Queste persone hanno avuto tanto coraggio e determinazione, accollandosi le spese, per vincere una causa che ha dimostrato tanto l'illegalità della propria sospensione, quanto la non conformità alle regole statutarie che sono alla base di un'associazione seria.

E non stiamo parlando solo di soci iscritti, ma di persone che costituivano l'ossatura storica dell'Aibes. Per fare qualche nome: Umberto Caselli, Tonino Palazzi, Camillo Bosco, Fabrizio Dellavalle, Leonardo Cisotto, Solindo Soncin, Angelo Campora, Fiorenzo Colombo, Daniele Dagradi, Elio Cattaneo, Claudio Errani, Lelio Villa, Pierluigi Mazzali, Riccardo Ponzianelli, Paolo Baldini, Gianni Pellegrino, Gianluca Pinna e tanti altri.

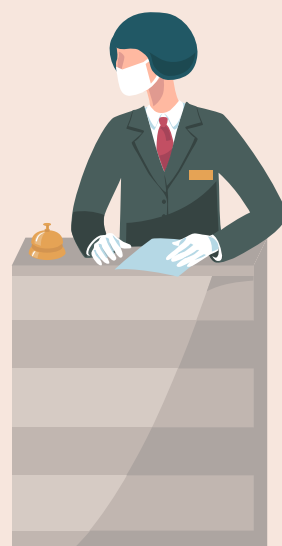
Per chi non fosse informato, noi abbiamo vinto la causa, portando quindi il Tribunale a sospendere il neo Statuto Aibes; le spese (decine di migliaia di euro) furono pagate dall'associazione con i soldi dei soci e non dei responsabili.

Prima di ricorrere a vie legali, tentammo di tutto per cercare di risolvere il problema dall'interno dell'associazione, ma ci fu negato, causa l'incessante comportamento illegittimo degli allora dirigenti, supportati dalla complicità silente di tutti coloro che in realtà li appoggiavano e allo stesso modo dall'indifferenza di tanti soci.

È quindi con tanta forza e nel contempo rammarico che abbiamo deciso di fondare Abi Professional, in modo tale da continuare a seguire quei valori umani e professionali che per tanti anni avevamo seguito e rinforzato grazie a tanti protagonisti della storica associazione. Ora che sono passati 8 anni, visto anche l'allontanamento di alcuni personaggi che determinarono quella situazione, sarebbe opportuno creare rapporti tra le associazioni più rispettosi dei valori etici e deontologici tipici della figura del barman professionista. Per questo motivo auspico in futuro una sincera collaborazione tra le due associazioni.

Abi Professional ha riproposto il vecchio modus operandi della storica associazione, mentre Aibes è diventata Promotion, quindi società commerciale, brand ambassador di tante aziende. Questo diversifica gli obiettivi e le finalità delle due associazioni. Confido in una soluzione pacata con un confronto amichevole per dare all'opinione pubblica una visione più consona di quelle che sono le peculiarità di un barman professionista.

Per i tuoi commenti cerca il codice **70993** su **www.italiaatavola.net**

HOTEL PER RIPARTIRE CI VUOLE LA SANIFICAZIONE 4.0

Dalla salubrità dell'aria a quella delle superfici, serve la massima attenzione sia negli spazi comuni che nelle stanze e nei bagni dei singoli ospiti. Un valido aiuto arriva dalle nanotecnologie, in grado di fornire un elevato livello di igiene durevole nel tempo. Importante anche comunicare in modo chiaro gli interventi

di ***Vincenzo D'Antonio***

La Fase 3 dell'emergenza Covid-19 ci fa assistere ad una progressiva ripresa delle attività con tempi e vincoli che influenzano il nostro vivere quotidiano e il nostro futuro. Ci avviamo verso quella nuova normalità condizionata anche dai vincoli del distanziamento sociale e della urgente sanificazione. Ciò comporta un modo nuovo di vivere le relazioni sociali, i consumi di beni, la fruizione dei servizi.

Le strutture alberghiere sono frequentate da moltitudini di persone. Gli alberghi sono luoghi in cui è indispensabile eliminare la carica batterica dei precedenti clienti per ripristinare nelle camere e negli spazi comuni un ambiente incontaminato, pulito e fresco, privo di batteri, virus, funghi, spore, muffe e cattivi odori.

Nelle annesse spa sovente l'acqua non viene cambiata con la dovuta frequenza e pertanto molti germi sopravvivono anche in presenza di cloro; inoltre, muffe e funghi trovano nell'ambiente particolarmente umido il luogo ideale in cui proliferare.

Oltre alla sicurezza, nella spa si cerca il relax

Lo scopo del fruitore della spa è, o almeno dovrebbe essere, quello di rilassarsi. Sì, smettere di fare, smettere di agire e soprattutto smettere di agitarsi. Non smettere di pensare, ovviamente, e riacquistare l'abitudine all'ascolto, quand'anche in una spa questo ascolto sia il dolce rumore delle acque e... il silenzio! Insomma, lasciarsi andare, ritrovare emozioni e sensazioni, raggiungere il benessere.

Orbene, posto che sono questi i desideri del fruitore della spa e in un momento in cui le spa sono chiuse a causa del Dpcm del 25 ottobre e restano aperte quelle annesse agli alberghi a beneficio esclusivo di chi in albergo pernotta, vediamo quali sono i necessari accorgimenti igienici da porre in essere.

Partiamo dall'abbigliamento e dagli altri comfort di base forniti al fruitore della spa.

1. **Accappatoio** per spostarsi da un ambiente all'altro senza soffrire per gli sbalzi di temperatura: sanificato dopo ogni uso e riproposto perfettamente lavato e sterilizzato, in confezione asettica, al cliente.
2. **Ciabatte antiscivolo** per camminare sui pavimenti umidi delle spa: rigorosamente monouso, con smaltimento differenziato.
3. **Asciugamano e telo viso**: vale quanto prescritto per l'accappatoio.
4. **Armadietti in dotazione temporanea ai clienti**: sanificazione accurata dopo ogni utilizzo.
5. **Eventuali tisane**: in confezione monouso e servite da personale dotato di mascherina e guanti. ➔

LE PROPOSTE DELLE AZIENDE

SPA E CENTRI BENESSERE

«La nostra azienda lavora da quasi 50 anni per garantire il massimo dell'igiene - spiega **Massimo Libretti**, responsabile area tecnica **STARPOOL**, realtà specializzata nel settore del benessere - quest'anno per supportare spa e hotel abbiamo studiato il Decalogo Starpool, un protocollo per la corretta gestione della spa gratuito e scaricabile dal nostro sito, e abbiamo sviluppato il software DeepClean che permette una debatterizzazione del 97,4% di saune e bagni di vapore».

«L'importanza della sanificazione delle spa - evidenzia **Christof Tappeiner**, direttore di **HOLLU** - oggi come oggi è ancora più importante per il contatto diretto degli ospiti con le superficie. Per ridurre il tempo impiegato garantendo una disinfezione perfetta proponiamo il sistema iCube basato sull'atomizzazione di perossido d'idrogeno, sicuro e senza lasciare residui».

LE PROPOSTE DELLE AZIENDE

PRODOTTI E ATTREZZATURE PER LA PULIZIA

«Per il mondo alberghiero - spiega **Pierangelo Maren**, titolare di **NOVALTEC GROUP**, che produce una linea completa di attrezzature per la pulizia e la sanificazione - mettiamo a disposizione la nostra gamma di macchine in base alle esigenze della singola struttura e degli ambienti da trattare. In generale sono molto richiesti i generatori di vapore, che assicurano una sanificazione veloce, efficace ed efficiente».

«L'igiene costituisce da sempre il nodo centrale della nostra attività - afferma **Enzo Ricci**, top manager di **SOFIDEL** - ed è evidente che l'esperienza della pandemia da Covid-19 ha innalzato ancora l'attenzione degli operatori e, più in generale, della pubblica opinione su questo tema delicato. Per le aree pubbliche, la linea Papernet propone gel sanificanti, dispenser con asciugamani in carta addizionati con antibatterico, saponi e detergenti per superfici (Defend Tech). Per le camere abbiamo sviluppato una linea innovativa: una carta igienica con peculiarità uniche che presenteremo entro fine 2020, insieme a un nuovo concept di facial tissue (con un esclusivo trattamento igienizzante) e un kit contenente mascherina e gel alcolico monodose».

«La pulizia e la sanificazione negli hotel è vitale - sottolinea **Paolo Taoso**, top manager di **COMAC** - non solo per la sicurezza delle persone ma anche per far ritrovare la fiducia nel frequentare serenamente luoghi esterni alle proprie case. Comac offre una gamma di soluzioni per rendere la sanificazione disponibile ovunque e in qualsiasi momento».

«È Così si rivolge al settore Horeca con la competenza tecnico-scientifica dei propri esperti e una linea di detergenza trasversale e specialistica. L'azienda negli anni - racconta **Alberto Petrocchi**, marketing manager di **È COSÌ** - ha sviluppato un'ampia gamma di prodotti e procedure dedicate per camere, aree comuni, ristorazione, lavanderia, fitness e relax. Per far fronte all'emergenza sanitaria inoltre abbiamo messo a punto un programma di igiene ambientale e disinfezione, denominato Protect. Il piano comprende soluzioni differenziate per tipologia di ambiente e superficie, avendo cura di porre al centro la sicurezza igienica per proteggere la comunità, semplificare le operazioni per massimizzare il risultato, specializzare gli interventi per lavorare efficacemente sul dettaglio, trasmettere la qualità del servizio per rassicurare l'ospite e i lavoratori».

Sicurezza sanitaria "fai da te" nelle strutture alberghiere

Nell'hospitality oggi (e sempre più in futuro) la customer experience passa per il potenziamento della sicurezza sanitaria nelle strutture alberghiere. La sanificazione può effettuarsi in due modi: il "fai da te" o il ricorso ad operatori specializzati.

Il primo passo del "fai da te" consiste nell'utilizzo dell'ozono. Easy to use, comporta dotarsi delle apparecchiature idonee la cui facilità di utilizzo è irrisoria. Tra l'altro, giova ricordarlo, l'acquisto di questi macchinari è reso agevolato da consistenti sgravi fiscali. Ma la profonda ed efficace sanificazione ambientale è cosa altra, come è cosa altra effettuare periodicamente ed efficacemente attività di disinfestazione o derattizzazione.

Cominciamo allora a comprendere che vanno schedulati, portati a norma, e resi noti anche ai clienti, gli interventi di pulizia, igienizzazione e sanificazione. L'albergatore deve assicurare la pulizia giornaliera, l'igienizzazione e la sanificazione periodica delle stanze, dei corridoi, della reception, della hall, degli ambienti comuni e delle postazioni di lavoro. È bene modulare la sanificazione delle aree in funzione del loro grado di contaminazione giornaliero e dedicare particolare attenzione e maggiore frequenza alla detersione e disinfezione di tutte le superfici a rischio e/o maggiormente a contatto con le mani. Pensiamo a quante volte, e in quanti, tocchiamo maniglie, interruttori, pulsanti e ben altro ancora.

Pulizia e disinfezione di stanze e bagni

L'ambiente più delicato è ovviamente la stanza, con l'annesso bagno. Si pensi all'accuratezza massima nella pulizia e nella disinfezione di tutto il materiale tessile, a partire da materassi, cuscini, lenzuola, andando a tendaggi, sedie, poltrone, divani, fino a tutto quanto è nel bagno. Le operazioni di pulizia e sanificazione devono essere svolte in tutti gli ambienti dell'albergo con particolare attenzione per gli spazi comuni e di transito.

Queste operazioni riguardano sostanzialmente tutto l'albergo con una frequenza che sia rispondente all'utilizzo, ad un eventuale affollamento e alle necessità in funzione anche della tipologia di oggetto, con rilievo particolare per le moquette. In buona sostanza la pulizia è tanto più svolta quanto più un settore viene utilizzato dal personale o dagli ospiti. ➡

LE PROPOSTE DELLE AZIENDE

BIANCHERIA, TAPPEZZERIA, TESSUTI E ABBIGLIAMENTO PROFESSIONALE

«La nostra proposta per le strutture alberghiere - racconta **David Sarri**, dirigente di LSXENIA - è quella relativa al "full service". Infatti, solo occupandoci dell'intero processo di allestimento di una camera possiamo cercare di offrire una garanzia di sanificazione. Dopo la pulizia della camera è necessaria una corretta sanificazione delle superfici e relativa tappezzeria e tessuti, poi l'utilizzo di biancheria sanificata e Certificata UNI EN 14065. La gestione poi della biancheria sporca e l'utilizzo di Dpi specifici ci consentono di chiudere tutto il processo di lavorazione della camera. Importante infine comunicare la nostra procedura agli ospiti dell'albergo, attraverso un cavallotto che certifica che la camera è stata sanificata e delle brochure informative con QRcode che approfondiscono il tema della sanificazione in hotel».

«Virkill si pone come obiettivo l'eliminazione della trasmissione del virus attraverso le superfici contaminate», annuncia **Alessandro Pedretti**, presidente del cda di ITALTEX. «Il nostro tessuto innovativo è infatti in grado di inattivare il virus che si deposita su di esso entro 2 ore. Le soluzioni che proponiamo in ambito hotellerie sono diverse. Per quanto riguarda l'arredamento delle camere da letto, stiamo realizzando copriletto, coprimaterasso e copricuscino anti-virali. Grazie alla collaborazione con un partner specializzato nell'hotellerie di lusso, è stata ideata una collezione ad hoc che comprende divise per il personale addetto alla reception, divise per l'housekeeping e uniformi per il servizio bar e ristorazione. Per gli hotel che includono spa, dove il personale può venire a stretto contatto con i clienti (ad esempio massaggiatrici e personale che si occupa dei percorsi wellness), sono state ideate delle specifiche uniformi utilizzando Virkill per garantire una maggiore tranquillità al cliente che vuole sentirsi al sicuro mentre cerca di rilassarsi».

Prodotti professionali per la pulizia delle cucine

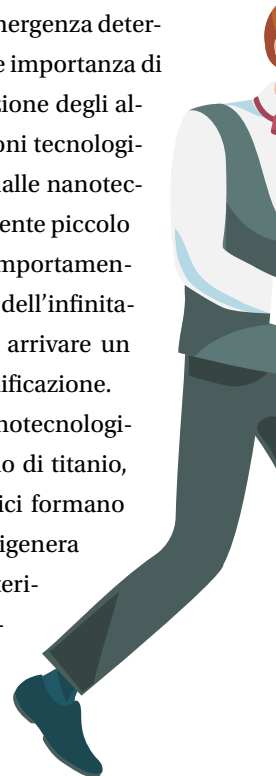
Non dimentichiamo che sovente l'albergo ha anche ristorante annesso o comunque eroga il servizio di prima colazione con quanto ciò comporta in termini di spazi attrezzati e di attrezzature. Anche qui attenzione massima a tutto: forni, piastre, fuochi, friggitrice, celle frigorifere, abbattitori, pozzetti congelatori, lavastoviglie, lavabicchieri.

Qui subentra l'importanza dell'utilizzo di prodotti professionali che sono studiati appositamente per affrontare tipologie di sporco e di contaminazione più complesse di quelle domestiche. I prodotti professionali sono corredati da scheda tecnica e scheda di sicurezza, che indicano chiaramente ed inequivocabilmente diluizioni, campi e corretta modalità d'impiego.

Per evitare che il cliente porti eventuali contaminazioni all'interno dell'albergo è opportuno mettere a disposizione soluzioni idroalcoliche per mani nelle immediate vicinanze dell'entrata. Comunicare le attività poste a tutela della salute della clientela deve avvenire sia tramite il professionale utilizzo dei social, sia mediante l'affissione in spazi idonei di tabelle riassuntive delle iniziative intraprese.

L'importanza delle nanotecnologie: coating e fotocatalisi

Una questione si pone: a fronte di questa emergenza determinata dal Coronavirus e della conseguente importanza di una seria, efficace e professionale sanificazione degli alberghi, possono essere di ausilio applicazioni tecnologiche? Sembrerebbe proprio di sì, a partire dalle nanotecnologie. Sorta di nemesi: un virus infinitamente piccolo ha messo in crisi la nostra economia ed i comportamenti della nostra vita; e proprio dal mondo dell'infinitamente piccolo, dalle nanotecnologie, può arrivare un contributo forte alla problematica della sanificazione.

Esistono sul mercato prodotti a base nanotecnologica contenenti benzalconio cloruro, biossido di titanio, argento acetato, che applicati sulle superfici formano una pellicola fotocatalitica che alla luce rigenera l'attività antibatterica e virucida. Tale caratteristica ha una durata nel tempo assolutamente superiore a prodotti tradizionalmente usati ed è anche facile da applicare, al punto da potersi impiegare in tutti gli spazi di lavoro, migliorando la sanificazione

LE PROPOSTE DELLE AZIENDE

ARREDI E MISE EN PLACE

«Abbiamo avviato una ricerca rivolta al domani - dice **Franco Costa**, presidente **COSTA GROUP** - coinvolgendo imprenditori operanti in settori diversi, per trovare insieme soluzioni concrete. Ci siamo sfidati a trovare proposte e idee che andassero oltre il dopo-Covid e ne è scaturito un lavoro prezioso che sicuramente contribuirà a traghettare l'ospitalità verso il futuro, con maggiore attenzione al cliente e un nuovo fondamentale concetto di "percepito". Siamo partiti, ad esempio, dall'ingresso pensando alla protezione del cliente ma senza rinunciare al "Benvenuto", ci siamo impegnati a cercare nuove idee per la presentazione delle portate al tavolo cercando di limitare il contatto tra cameriere e piatto, sino alla ricerca esasperata di nuovi materiali antibatterici. Ci siamo spinti anche alla ricerca di nuove forme di cottura con particolare attenzione alla conservazione a temperatura di servizio tramite tecnologie in grado di mantenere il cibo caldo per giorni, preservandone le proprietà organolettiche. E molto altro».

«La continua ricerca volta a minimizzare le criticità - sostiene **Marco Menocci**, ceo di **WOSDE** - ha garantito al settore Horeca un prodotto facilmente sanificabile e, allo stesso tempo, personalizzabile nei contenuti, ponendoci in una posizione di favore in momenti difficili come questo, dove i ristoratori si sono trovati obbligati a rivedere il proprio arredo tavola. In questo siamo stati lungimiranti proponendo una tovaglietta che è andata a sostituire il tovagliato usa e getta e ha ridotto drasticamente i costi ripetuti legati al lavaggio delle tovaglie tradizionali. Non ci siamo dovuti adeguare ma abbiamo raccolto i frutti della nostra ricerca, guardando all'innovazione e all'ambiente».

«Il Covid sta avendo un forte impatto anche nella progettazione delle porte - evidenzia **Michele Chemolli**, brand manager di **ZANINI PORTE** - sia per il settore residenziale che per il settore alberghiero o, più in generale, nel settore non residenziale che comprende anche uffici, musei, ospedali, Rsa e così via. Il primo aspetto riguarda i materiali, per i quali viene richiesta facilità di pulizia e sanificazione con una maggiore resistenza agli agenti chimici. Le nostre porte sono certificate Fsc e testate per i Voc (composti organici volatili); si comincia anche a valutare la riciclabilità a fine vita, in linea con il Green New Deal dell'Ue. Un secondo argomento importante è l'utilizzo "hands free" delle porte: non si può sottovalutare il fatto che le porte tecniche (tagliafuoco, acustiche, vie di fuga), un settore in cui lavoriamo da molti anni, debbano garantire in primis le performance per cui sono progettate. Infine, la resa estetica delle porte torna ad essere rivalutata: il forte trend degli ultimi anni legato alle porte a scomparsa sta rallentando in favore di porte che siano anche elementi di arredo integrati nella visione del progettista». Leggi il servizio su Zanini Porte a pag. 72

«Bodyfriend può essere di grande utilità per l'attuale sistema alberghiero», spiega **Andrea Guerreschi**, country manager Italia e vicepresidente di **BODYFRIEND EUROPE**. «Le poltrone massaggianti dal design innovativo e dall'alto tasso tecnologico possono soddisfare le esigenze degli albergatori di qualsiasi livello. Un prodotto unico nel suo genere che in poco spazio è in grado di assicurare un'esperienza completa di benessere fisico e mentale, a qualsiasi ora del giorno».

e rispettando l'ambiente affinché sostenibilità e pulizia non vadano in contrasto.

Il prodotto, denominato coating, si presenta come un normale disinfettante liquido capace però di creare sulle superfici una sorta di pellicola invisibile che si autorigenera. Può essere applicato attraverso spray o nebulizzatori sulle superfici, ad esse conferendo una proprietà microbicida ad ampio spettro che perdura nel tempo. Ma, attenzione, qui siamo ben distanti dal "fai da te". Difatti, affinché il prodotto sia applicato in modo corretto, è necessario giovarsi della competenza di tecnici specializzati, dotati delle opportune strumentazioni. Dopo qualche ora dal trattamento, le superfici possono nuovamente essere utilizzate. I benefici del trattamento hanno una durata nel tempo molto elevata, fino a 6 mesi.

Altra tecnologia di ausilio alla sanificazione è la fotocatalisi. La fotocatalisi permette la distruzione di virus, batteri, allergeni e similari, oltre che nell'aria, anche sulla superficie degli ambienti interni. Attraverso sonde monitorate da remoto (applicazione IoT, Internet of Things), è possibile controllare la qualità dell'a-

LE PROPOSTE DELLE AZIENDE

SANIFICAZIONE DELL'ARIA

«Dall'esperienza sulla luce e dalla sensibilità per la sicurezza, che fanno parte del dna Beghelli, è nato il progetto dedicato alla sanificazione dell'aria», spiega **Luca Beghelli**, direttore marketing del **GRUPPO BEGHELLI**. «SanificaAria è un sistema di sanificazione continua a raggi UV-C, che permette di sanificare l'aria attraverso un sistema a camera chiusa saturato con raggi UV-C. L'aria è aspirata attraverso un sistema di ventole e canalizzata a contatto con la luce ultravioletta all'interno di SanificaAria, da cui fuoriesce sanificata. I raggi ultravioletti restano sempre confinati all'interno della cella di flusso dell'apparecchio senza mai entrare in contatto diretto con le persone. La sanificazione può essere quindi continua, 24 ore al giorno, anche mentre le persone si trovano all'interno dell'ambiente, e garantisce un livello costante di qualità dell'aria».

«Il nostro sistema di sanificazione in continuo con tecnologia Pco - spiega **Tiziano Rossi**, co-founder e marketing manager di **SANIXAIR** - garantisce un livello costante di aria microbiologicamente sicura anche in luoghi ad alto turnover come gli hotel. È completamente customizzabile, si adatta perfettamente ad ogni contesto, è efficace anche se invisibile, perché sfrutta la canalizzazione esistente dell'aria, senza alterare l'estetica esistente, anche in casi di edifici di particolare pregio. È controllabile a distanza con piattaforma IoT di ultima generazione e si può completare con altri strumenti, come le eleganti lampade della gamma Health & Light, che associano illuminazione e fotocatalisi».

«Ineco assicura la disinfestazione con una linea completamente dedicata al mondo alberghiero - afferma **Vittorio Vesce**, sales executive di **INECO** - offre soluzioni che riflettono le necessità di ogni hotel, soluzioni personalizzabili ma soprattutto accurate e studiate per garantire una sanificazione che rispetta gli standard. L'obiettivo delle nostre sanificazioni è quello di purificare l'aria, e anche se il Coronavirus non si trasmette attraverso l'aria ma con le goccioline emesse quando una persona parla, tossisce o starnutisce, la trasmissione del virus potrebbe essere possibile. Quindi le nostre proposte prevedono soluzioni mediante l'utilizzo di prodotti (presidio medico chirurgico) che garantiscono una prevenzione e soluzione sicura».

LE PROPOSTE DELLE AZIENDE

TECNOLOGIA AL SERVIZIO DEGLI HOTEL

«Dopo aver raccolto le molteplici richieste arrivate dagli albergatori - dice **Piercarlo Gramaglia**, amministratore delegato di VDA GROUP, società italiana specializzata nella domotica per hotel - abbiamo raggruppato le principali aree di intervento: ridurre le superfici ad alto contatto (telecomando, termostato, interruttori, chiavi), evitare assembramenti in reception durante le fasi di ingresso e uscita favorendo l'utilizzo del cellulare per il check-in e il check-out, incentivare il servizio in camera tramite l'utilizzo di Interactive TV connesse alla reception. L'obiettivo è trovare misure che aiutino gli hotel ad affrontare questo momento così particolare, fornendo soluzioni tecnologiche che diano risposte adeguate in tempi brevissimi».

«Stiamo continuando a investire - spiega **Angelo Guaragni**, amministratore ZUCCHETTI HOSPITALITY - per dare al settore della ristorazione delle soluzioni digitali capaci di supportarlo nell'affrontare nel modo migliore questa situazione di emergenza. Mi riferisco ad app per il take-away e piattaforme per la gestione dell'asporto direttamente integrate con le nostre applicazioni gestionali, oppure strumenti avanzati per la gestione delle prenotazioni, sistemi fintech per i pagamenti, gestione ticket, voucher e buoni sconto e molto altro ancora. Il mondo della ristorazione ha compreso, infatti, quanto sia importante una relazione continua e diretta con il cliente e come la tecnologia sia un alleato prezioso per non perdere competitività e fatturato».

«Per contrastare la diffusione del Coronavirus e far fronte all'emergenza sanitaria - spiega **Enrico Giacomuzzi**, manager dell'azienda GIACOMUZZI - offriamo device di ultima generazione per la verifica istantanea della temperatura corporea. Il nostro termoscanner, ideale per alberghi e ristoranti grazie alle sue funzionalità multilingua, essendo un rilevatore a distanza non necessita di personale dedicato al controllo. Viene posizionato all'ingresso delle strutture per la sicurezza degli accessi, sia dei lavoratori che degli utenti. Di immediata installazione e facile utilizzo, arriva dai nostri clienti già configurato: basta collegarlo alla corrente ed è operativo e funzionale. La sua interfaccia web è intuitiva; mentre la struttura, completamente in metallo, è robusta, facile da pulire e sanificare. Ha uno schermo ad alta luminosità e può essere installato facilmente su piantana, tavolo o su supporto a muro. Conforme alla normativa Gdpr e in linea con i canoni richiesti dagli ultimi Dpcm, il nostro termoscanner attiva l'allarme sopra soglia di tolleranza configurabile (l'istituto superiore della sanità ha indicato 37,5°C), comunicando l'anomalia al personale in servizio».

«Mai come in questo momento - sottolinea **Serena Molino**, marketing & communication manager di CEI SYSTEMS - è importante continuare a fornire un servizio ai clienti impeccabile e sicuro. Grazie all'app CEI Food i clienti ricevono il servizio in camera ordinando dal loro smartphone, evitando di doversi recare al bar o al ristorante. L'utilizzo dell'app garantisce una facile gestione degli ordini, i quali riportano dati e camera dell'ordine effettuato e possono essere inviati direttamente al bar o alla cucina». Leggi il servizio su CEI Systems a pag. 70

ria in circolazione nella struttura alberghiera. Da casistica ottenuta mediante dati raccolti ed elaborati prima e dopo l'installazione, si rileva nelle prime 24 ore un abbattimento del 99% di batteri e muffe.

Domotica e sicurezza in tutte le fasi del soggiorno

Ci sono poi altre applicazioni volte ad agevolare la sanificazione, ovvero quelle correlate alle tecnologie domotiche e al room management. Gli aspetti principali riguardano:

- **check-in e controllo accessi**;
- **gestione presenza**;
- **servizi in camera**;
- **securing**;
- **check-out**.

In particolare, per "securing" si intende la messa in sicurezza di tutti i dispositivi in camera, così diligentemente mostrando attenzione alla salute del cliente.

Sanificazione 4.0 e comunicazione trasparente

Insomma, c'è bisogno anche della sanificazione 4.0 per far ripartire il settore alberghiero. La crisi generata dalla pandemia eleva l'attenzione di noi tutti sull'importanza della salubrità dell'aria che respiriamo, non solo all'aperto ma anche negli spazi chiusi. Ci aspettiamo inoltre una meritoria azione di trasparenza, un bel gesto etico da parte degli albergatori: comunicare le modalità con le quali procedono a mantenere rigorosi gli standard di pulizia, igiene e sanificazione nelle loro strutture.

La stessa classificazione ufficiale, quella che assegna le stelle agli alberghi, dovrebbe inserire tra i parametri di classificazione anche i criteri adottati dalle strutture per adempiere alla costante sanificazione. Andrà a svilupparsi nella community una nuova cultura della sanificazione dell'aria che è fattore essenziale per il benessere di noi tutti. E saremo noi tutti, nel nuovo stile di vita verso il quale andiamo, a ritenerci coinvolti in un modello sociale con norme stringenti di sicurezza ambientale e di igiene, necessarie a contrastare i rischi da pandemie.

Mettere al centro la salubrità degli ambienti e degli alimenti: la sfida congiunta da vincere tutti insieme, albergatori, ristoratori, clienti. Indubbiamente il settore alberghiero, così come i due settori attigui della ristorazione e dei bar, stanno vivendo commutazione epocale.

Il problema non è la commutazione in sé, bensì il fatto che gli stessi addetti ai lavori, gli imprenditori del settore, non la colgano appieno, la colgano solo parzialmente, la vivano come contingenza da lasciarsi alle spalle per tornare ad una normalità che semplicemente non esiste più. E come sempre accade, al manifestarsi - talvolta doloroso e cruento - di una minaccia si intravede anche l'opportunità di un nuovo business.

Il settore alberghiero è proprio in una situazione del genere e ci ripromettiamo di trattare nuovamente il tema quanto prima. cod 71193

LE PROPOSTE DELLE AZIENDE

COME SI STANNO ORGANIZZANDO LE STRUTTURE?

«Ogni camera è sottoposta a una speciale disinfezione prima dell'arrivo degli ospiti utilizzando i nostri prodotti per la pulizia anti-virus», spiega **Sascha Russotti**, responsabile marketing del TRATTERHOF MOUNTAIN SKY HOTEL di Rio di Pusteria (Bz). «Le stanze sono inoltre regolarmente disinfettate con dispositivi ad ozono. Il nostro personale conosce le misure e i requisiti più severi attraverso la formazione di esperti esterni e viene istruito a disinfettare i punti critici frequentemente. I punti strategici sono dotati di colonne/dispenser per la disinfezione delle mani e i nostri dipendenti lavorano secondo le disposizioni igieniche di legge con la protezione della bocca o la visiera».

«Oggi più che mai poniamo attenzione alla sicurezza e all'igiene, rispettando le disposizioni e i protocolli richiesti, per i nostri ospiti e per lo staff», racconta **Annamaria Palomba**, general manager del BORGOBRUFA SPA RESORT di Torgiano (Pg). «Le attenzioni adottate sono molte. Sono garantite ad esempio le procedure di ricambio d'aria sanificata in tutte le aree comuni grazie a uno specifico impianto certificato ed è stata aumentata la frequenza del servizio di pulizia e la sanificazione di tutti i punti di contatto. A disposizione, all'interno del Resort, si trovano erogatori di gel disinfettante; tutto il personale indossa la mascherina, richiesta anche agli ospiti nelle aree comuni interne. Nelle diverse aree, dalla Spa al ristorante, gli ambienti ampi e la disposizione degli interni garantiscono le corrette distanze di sicurezza».

«Non abbiamo fatto altro che applicare le misura governative - assicura **Enzo Vaccarella**, direttore del GRAND HOTEL TERME di Comano a Comano (Tn) - a partire dal mantenimento delle distanze fino ai corsi di formazione per il personale. Ci siamo inoltre dotati di attrezzature per l'ossidazione degli ioni dell'aria nelle parti comuni e nelle camere che vengono regolarmente sanificate con prodotti al cloro e alcol».

«Abbiamo effettuato due volte una pulizia generale davvero a fondo - racconta **Ivana Casagranda**, amministratore delegato dell'HOTEL CASTELBRANDO di Cison di Valmarino (Tv) - una sanificazione profondissima di tendaggi e materiali di abbellimento. Anche porte vetri e serramenti vengono trattati con estremo rigore. Alla pulizia e igienizzazione quotidiana delle camere dedichiamo più tempo, 40 minuti per ogni ambiente».

CENA IN HOTEL E NOTTE IN CAMERA

IL NUOVO TREND RESISTERÀ ALLA CRISI?

Tanti alberghi promuovono stanze a prezzi scontati per dare una possibilità di cenare fuori, vista la chiusura temporanea dei ristoranti per l'emergenza sanitaria. Una tendenza che potrebbe affermarsi anche in futuro, a patto che i servizi offerti siano sempre più attrattivi

di ***Vincenzo D'Antonio***

Nel panorama gramo, con provvedimenti e bollettini che nel loro susseguirsi palesano una paurosa incertezza di governance, finalmente il sorriso ritorna per quanto di alacre ed intelligente, a beneficio di tutti, stanno facendo alcuni bravissimi albergatori. Per decreto, il ristoratore deve chiudere alle 18 o limitarsi ad asporto e delivery, a seconda della regione, ma stante il medesimo decreto l'albergatore che ha un ristorante annesso può erogare servizio di cena limitatamente agli ospiti che pernottano in albergo. L'albergo non più come il luogo dove pernotto (e visto che mi ci trovo, ceno nell'annesso ristorante), bensì, in questo scenario evolvente, il ristorante interno all'albergo è individuato come ristorante di destinazione, e - dato che vorrò essere lì a cena - a questo punto ci resto pure a dormire.

Notizie pervenute, verificate e vive congratulazioni per queste iniziative a Gianluca Renzi, chef del ristorante I Portici dell'albergo I Portici a Bologna, a Vincenzo Naschi, patron del Relais Borgo Campello a Campello sul Clitunno, a Daniele Zunica patron dello Zunica 1880 Ristorante & Hotel a Civitella del Tronto, ad Emilio Ascolani, patron dell'Hotel Astor a Frosinone, a Francesco Apreda, chef dell'Idylio di Roma, nell'hotel The Pantheon.

E chissà quanti altri, in tutto il nostro Bel Paese. Congratulazioni a coloro tra albergatori, patron e chef degli annessi ristoranti che stanno individuando nuove linee di accoglienza e di business, rimarcando l'importanza della ristorazione d'albergo.

Due oggetti bianchi tessuti, entrambi di immacolata pulizia e di acclarata necessità, sono i totem della struttura: il lenzuolo (bianco) e il tovagliolo (bianco). Core business quell'oggetto bianco denominato lenzuolo; business ancillare quando va bene e sennò un fastidioso calice amaro quell'altro oggetto bianco denominato tovagliolo. Ecco, da oggi l'importanza dei due oggetti bianchi assume pesi differenti rispetto al passato.

Ma adesso, piuttosto che indulgere lietamente alle lodevoli iniziative, analizziamo cosa sta accadendo e quanto permarrà ad emergenza terminata. Tre gli elementi da considerare. Primo elemento, la graduale cessazione dello stato di estraneità dell'albergo rispetto alla sua location nei confronti della popolazione locale. Non più quel luogo per soli forestieri, alla gente del posto inaccessibile se non in occasioni molto particolari, bensì quella struttura accogliente luogo di aggregazione anche per le persone del luogo, in fruizione "day" ma non, in tutta ovvietà, in funzione "night".

Secondo elemento, il graduale appealing verso un target alto spendente

ubicato in fascia distante nell'intorno dei 40 km. Un target che dal suo trovarsi né troppo vicino e né troppo distante rispetto all'albergo (e all'annesso ristorante) trae non più l'indifferenza, bensì l'attrattività per recarvisi a cena, posto che alta sia la qualità erogata. Si azzera lo stress del dopocena, dover guidare e dovere stare bene attenti a quel calice in più, in quanto si dorme confortevolmente laddove si è vissuta l'esperienza della cena.

Ed è qui, con il terzo elemento, che si apre il più delicato e forse sgradevole dei temi: quanto deve costare dormire in albergo? Se il trend vuole essere quello di trarre revenue anche dal bianco tovagliolo - e non più solo dal bianco lenzuolo - allora si tratta di agire contemporaneamente su più leve. Incrementare la qualità complessiva del ristorante in modo da renderlo attrattivo al punto tale da essere considerato ristorante di destinazione.

Non abbassare la qualità dell'albergo strettamente inteso, quindi camera ed annessi servizi, nonché offerte collaterali quali ad esempio spa, centro benessere, attività ludico sportive, e tenere sempre altissima l'attenzione alla sanificazione costante e quindi ai nuovi standard dell'igiene. Ritarare verso il basso il prezzo della camera, tendendo così ad un buon coefficiente di occupazione e allontanando il rischio di strutture desolatamente vuote. Il solo ventilare ipotesi di riduzione del prezzo della camera in un momento di crisi del settore suona come provocazione irridente e perciò aspra e violenta.

Quale esortazione va sempre di moda, strappa sempre plauso a chi la ascolta e regala autorevolezza dell'istante a chi la pronuncia? "Fare sistema". Ogni volta si scopre che il comportamento vincente è "fare sistema" ed impunemente si afferma ciò come se oggi fosse il primo mattino del mondo. La prova provata di come gli albergatori non abbiano mai "fatto sistema" è nella loro pigrizia (chiamiamola così) nell'investire in tecnologia di rete, rete intesa anche come loro capacità / volontà di aggregazione tra imprenditori (lobby associative incluse), per addivenire ad un sistema evoluto e smart di prenotazione.

Il risultato è che adesso la grandissima parte degli albergatori ha in compagine proprietaria un socio, occulto ai registri societari e palese al mercato, che pretende il 18% sul venduto della camera, lo vuole subito, si disinteressa delle sorti complessive dell'impresa e mai compartecipa ad investimenti e spese straordinarie. Questo soggetto non è un parassita, questo soggetto imprenditoriale si è insinuato abilmente nel vuoto lasciato dall'albergatore che non ha "fatto sistema". L'albergatore, quel soggetto che credeva di conoscere la sua clientela affezionata!

Due casi emblematici del tempo che fu (ante Covid). Pensioncina in costa adriatica di Romagna. Fine della settimana di villeggiatura fruita dal ceto impiegatizio del triangolo industriale: si salda il conto e si lascia l'acconto per la prossima estate. Caso di scuola del turista leisure di una volta, affezionato per pigrizia, per neofobia, per conseguita soddisfazione di bisogni consolidati. Albergo a Verona e dintorni. Mattina del giorno successivo alla chiusura del Vinitaly. Si salda il conto e si lascia l'acconto per la prossima edizione del Vinitaly.

Dove sta più la famigliola che villeggiava sulla costa adriatica di Romangna? Ma dove sta più il triango- ➡

lo industriale? Dove stanno più i mega uffici in città? Dove sta più il Vinitaly, dove stanno le fiere? Nel non avere avuto la solerzia di comprendere che il mondo del turismo, leisure e business, stava cambiando e che i flussi incrementali non significavano chiaramente fatturati e utili incrementali, gli albergatori bene attenti ad esortare il "fare sistema" e altrettanto bene attenti a non attuare mai questa pratica adesso si trovano il socio in casa e sanno di non poterne fare a meno.

Ed ecco che sta verificandosi, posto che la si sappia e la si voglia cogliere, un'occasione ghiotta davvero: confluenza e intersezione tra un momento tattico contingente e una visione strategica. Il momento tattico, già tempestivamente colto da alcuni albergatori, è propiziare la presenza in struttura di una clientela prima invisibile: la fruizione dell'oggetto bianco lenzuolo come conseguenza dell'agognata fruizione dell'oggetto bianco tovagliolo.

Ma appunto, il ristorante deve essere "agognato", deve farmi fare quei 40 km circa (e 40 km a tornare l'indomani) e deve rendermi più che tollerabile la spesa del confortevole pernottamento, con prezzi di miglior favore rispetto ai listini attuali. Come può rendersi attrattivo anche più di una "prima volta"? Probabilmente generando il ruolo di guest chef che di volta in volta affianca il resident chef. Fino a quando perdura l'attuale dispositivo che impone la chiusura dei ristoranti, molti chef sono disponibili a prestazione da guest chef. Situazione *win win win: all winners!*

Va bene alla struttura che organizza: proposta atta ad attrarre clientela gourmet e quindi revenue incrementale da lenzuolo e da tovagliolo. Va bene allo chef ospite: amplia la sua visibilità e remunera la sua prestazione. Va bene al resident chef: rafforza la sua rete di conoscenza di colleghi ed amplia spicchi di competenza su linee di cucina distanti dalla sua. Va bene, ed è la cosa più importante, alla clientela gourmet che magari difficilmente avrebbe potuto fare esperienza con la cucina del guest chef che… viene da lontano!

Sì, e quando poi, tutti ci auguriamo prestissimo, questa emergenza finirà? Quando poi si potrà andare a cena nel ristorante "normale" senza che ciò implichi la necessità del pernottamento in hotel?

Qui subentra la visione strategica. L'albergatore nel mentre ha acquisito le competenze che gli consentono di mantenere attrattivo il ristorante annesso al suo albergo e quindi questo ristorante entra nel novero delle scelte che effettua il cliente gourmet quando decide di cenare fuori casa. E la situazione diviene ancora maggiormente favorevole quando a fronte dell'obiettivo "tovagliolo", l'oggetto bianco "lenzuolo" non è più un vincolo bensì una scelta, un'opzione. Sta alle abilità di marketing dell'albergatore, insieme alle abilità di comunicatore, rendere attrattiva l'opzione "lenzuolo".

Con i flussi di turismo estero che ancora mancheranno per un po', sorta di latenza, con il perdurante smart working che implica anche una riduzione consistente del turismo business, insomma, al cospetto di uno scenario mutato, l'albergo rimodella la sua funzione. Dal "devo dormire in albergo e dacché ci sono ceno nell'annesso ristorante" al "voglio cenare in quel ristorante, e siccome ci sono anche camere confortevoli e a prezzo giusto, ci dormo pure".

Sta nascendo una nuova funzionalità: **D&B, Dinner & Bed**. La domanda latente c'è, ma è sopita. Sta ad un'offerta che ha le potenzialità per divenire strutturalmente tale, rendersi visibile comunicando la bontà della proposta e dandosi corretto posizionamento. E poi magari si scopre che se con i D&B si "fa sistema" si elidono i soci occulti e si ripristinano margini di redditività che consento investimenti che a loro volta consentono di permanere attrattivi in un mercato nuovamente globale ma ben diverso da quello ante pandemia.

cod 70969

UN DECALOGO PER LE NUOVE SPA

IL RELAX È NEI CONTAINER MERCI

Il benessere è una dimensione che si può vivere ovunque. A livello spirituale, ma anche di ambiente, strutturale. Una nuova frontiera, questa, aperta da Starpool, azienda di Ziano di Fiemme (Tn), punto di riferimento a livello internazionale nella progettazione e realizzazione di centri benessere e spa. Con *i.con spa* la "cargotecture" ha dato vita a un progetto creativo, che oscilla tra architettura, design, wellness e arte contemporanea.

Un'intuizione che vede la trasformazione dei container di trasporto merci in spazi da abitare: Starpool innova questa pratica edilizia orientata al riuso in chiave benessere. I container abbandonano così il mondo dei trasporti per essere dirottati verso un nuovo binario e riportati a nuova vita. Conservano il loro spirito nomade, ma invece di trasportare merci, accolgono persone: si apre la porta, si sale a bordo e si salpa verso un altrove privato, fatto di calore, acqua e riposo, i tre principi fondanti di ogni percorso benessere. I.con sauna, i.con steam e i.con relax sono infatti spazi di rigenerazione che nascono a loro volta da un'operazione rigenerativa: il riutilizzo dei container si sposa con la visione di questa azienda italiana cresciuta tra i boschi della Val di Fiemme.

Starpool traccia le linee guida per gli ambienti wellness, da applicare oggi, ma che saranno il domani delle spa. E lancia un progetto creativo e "visionario" trasformando in aree relax i contenitori merci

Ambienti wellness disegnati dallo studio Mfor e perfettamente attrezzati all'interno di container industriali, facili da trasportare e installare senza vincoli e ovunque: all'esterno di alberghi, residence e campeggi, ma anche nel giardino di casa, in centro città o nella natura.

Il progetto è frutto di un'intuizione avuta durante il recente lockdown dall'amministratore delegato dell'azienda, **Riccardo Turri**. «Sono sempre stato affascinato dall'architettura industriale e dai modi con cui la merce viaggia nel mondo - racconta - abbiamo provato a unire questi concetti per creare qualcosa di nostro: ambienti innovativi per le nostre attrezzature. Icon.spa è un'idea legata anche alla politica del recupero e alla possibilità di contestualizzare un prodotto wellness in qualsiasi luogo, come una spa diffusa, trasferibile. Risponde, inoltre, all'esigenza sempre più attuale di vivere il benessere all'aria aperta e in totale privacy. Sarà anche una piattaforma di sviluppo per ulteriori progetti futuri».

Nel dettaglio, i.con sauna può essere attrezzata con tutti i modelli di sauna presenti in gamma prodotto. È possibile scegliere il design, i materiali, i colori, le essenze, mente i.con steam può accogliere l'intera gamma di bagni di vapore Starpool, scegliendo tra superfici e suggestioni cromatiche per creare un ambiente unico. I.con relax è invece una "camera con vista": possiede infatti grandi vetrate per immergersi nella natura e fondersi con il paesaggio. All'interno, essenze e suoni della natura disegnano uno spazio di assoluto comfort.

Con questo progetto "visionario" Starpool si riconferma una realtà di riferimento nell'universo wellness che sa guardare oltre. Per supportare il settore in questa delicata fase di cambiamento, in attesa delle riaperture che seguiranno la fase di lockdown imposta dall'esplosione del Coronavirus, l'azienda trentina ha stilato un protocollo dedicato alla corretta gestione della spa. All'interno vengono tracciate le linee guida relative a sicurezza, distanziamento fisico, organizzazione, temi igienico-comportamentali, prassi d'igienizzazione, trattamento dell'aria, fino alla gestione delle aree accessorie dedicate al food & beverage e agli spogliatoi. Regole fondamentali oggi, ma che delineano il profilo della spa del futuro.

Il Decalogo Starpool (scaricabile dal sito **www.starpool.com**) affronta tutti i temi sensibili per la vita di una spa, a partire dai protocolli per la sicurezza del personale, che dovrà rispettare le più rigorose norme igieniche e indossare sistemi di protezione adeguati e da sostituire frequentemente.

Viene ripensata anche la gestione delle attrezzature e degli spazi per assicurare il giusto distanziamento fisico, prevedendo, per esempio, 2 mq di spazio a persona per la sauna, 4 mq per ➡

i bagni di calore e le piscine, e 5 mq per gli ambienti idromassaggio.

Focus obbligato sulla sanificazione, in particolare delle cabine con temperature comprese tra i 30 e i 60°C. Per determinati ambienti o prodotti, come le superfici fugate inferiori al 2% e materiali di rivestimento a bassa porosità, si dovranno attuare trattamenti specifici, come cicli di shock termico o chimico in grado di abbassare la carica batterica e virale o, per altri tipi di supporti, la sanificazione meccanica effettuata da un operatore.

Forte attenzione è dedicata agli aspetti igienico-comportamentali che coinvolgeranno l'ospite: dall'uso della mascherina all'igiene completa del corpo, a partire dalle mani alle indicazioni per una corretta fruizione del percorso.

Anche l'organizzazione della spa deve cambiare. Per garantire il comfort degli ospiti insieme a una corretta gestione della struttura, è opportuno allungare gli orari di apertura e regolamentare gli accessi con turni e prenotazioni, sanificando gli ambienti, in particolare quelli comuni, tra una seduta e l'altra.

La gestione ottimale dei flussi è un altro tema di riferimento, che richiede l'organizzazione di un preciso calendario di attività delle aree benessere, con fasce orarie stabilite per l'accesso alla spa e alla piscina.

Non mancano operazioni appositamente pensate per il controllo di piscine e idromassaggi, dove innanzitutto va effettuata la sorveglianza dei valori chimico-fisici dell'acqua, insieme al controllo e all'eventuale aumento della frequenza di contro-lavaggi dei filtri. La sanificazione deve essere eseguita con particolare cura anche in tutte le aree esterne alle vasche, utilizzando soluzioni di ipoclorito di sodio o prodotti a base alcolica.

Anche le aree accessorie del food & beverage e degli spogliatoi vanno opportunatamente gestite. Nella prima bisogna applicare gli stessi protocolli previsti per la somministrazione di cibo e bevande all'interno delle aree comuni. Meglio se adottando soluzioni monouso rispettose dell'ambiente ed evitando il self service. Gli spogliatoi, invece, devono essere utilizzati solo in caso di estrema necessità e con ingresso contingentato. Fondamentale anche disinfettare il kit biancheria con processi di sanificazione termica a 70°C.

Non da ultimo, un opportuno trattamento dell'aria, da gestire preferibilmente attraverso impianti di climatizzazione con ventilazione forzata e seguendo particolari accorgimenti riportati dettagliatamente all'interno del protocollo. cod 70932

MILANO 1630 - 2020

Manzoni è più utile del CTS Dalla storia non si impara mai

di ***Alberto Lupini***

Chissà che fra i tanti meriti di Alessandro Manzoni non si scopra a breve anche quello della preveggenza. Le pagine dedicate alla peste, al disorientamento dei cittadini, alla mancanza di personale "sanitario" (pensiamo ai Monatti, coloro che dovevano occuparsi della raccolta dei cadaveri, insufficienti per le necessità) o la sfiducia e contestazione verso i medici di allora che, pure senza conoscenze precise sul morbo (un po' come avviene in realtà oggi col Covid-19…), insistevano sui distanziamenti e sul ricovero nei lazzaretti, descrivono una Milano del 1630 che sembra un po' una fotografia ingiallita dell'Italia impaurita e senza certezze di oggi. Non tanto e non solo per le rappresentazioni che sono state fatte sull'uso delle "maschere" per proteggersi, allora come oggi, ma per il senso di impotenza dei cittadini-sudditi e dell'impreparazione delle istituzioni-autorità.

E che dire della rappresentazione degli untori, a cui, come fanno i negazionisti o complottisti di oggi, il "popolo" imputava l'epidemia. Manzoni cita due episodi emblematici di come il furore popolare fosse tragicamente in cerca di capri espiatori della peste: un vecchio che spolverava una panca in chiesa prima di sedervisi venne accusato di essere un untore, linciato senza pietà e trascinato in carcere dove probabilmente morì per le percosse; tre giovani francesi, nell'atto di osservare il duomo e di toccarne il marmo con una mano, subirono lo stesso trattamento da parte della folla e furono condotti al palazzo di giustizia, dove fortunatamente furono scagionati e liberati. E persino un illuminato fatto poi santo, come il cardinal Federico Borromeo, rischiava di credere a queste idiozie. Per restare a oggi basta ricordare da un lato il presidente Usa uscente Donald Trump che alimenta l'idea di un virus "cinese", non per origine geografica del contagio, ma per fantasiosa creazione in laboratorio; e dall'altro i tanti luoghi indicati come sedi di untori, magari involontari, anche se senza certezze scientifiche: le feste, le palestre, la movida, la scuola, ecc. E tutto senza considerare che, come indicava già il Manzoni, sono le masse, i gruppi, che favoriscono la diffusione del morbo-virus.

Nel Seicento poteva magari esserci la giustificazione dell'ignoranza a livello sanitario (la moderna medicina e la scienza erano ancora da inventare), ma oggi ciò non vale e l'allora giudizio di fatto sospeso del Manzoni, oggi non può che essere una condanna, inappellabile, per i politici (al Governo come nelle Regioni) che hanno dimostrato nei fatti l'incapacità di occuparsi dei problemi nel loro complesso, affrontandone uno per volta. In primavera, la priorità erano gli ospedali e i posti in terapia intensiva. È bastato un po' di sole e di raggi UV che hanno attenuato la virulenza e tutto è stato rinviato (a partire dal mancato potenziamento degli ospedali e dei trasporti pubblici per la prevista Fase 2). Questi politici, degni di essere bannati dal primo all'ultimo con

poche eccezioni, si sono limitati a polemiche sulle discoteche, sulle scuole o sul Mes (che è poi un prestito, sia pure quasi gratuito). E ora che il Covid-19 torna ad alzare la testa con forza, non sanno fare altre che incatenarci e spargere paura, incuranti che così si colpiscono al cuore migliaia di aziende (ristoranti, bar, palestre e negozi per primi) e, quel che è peggio, si condannano indirettamente a morte tanti italiani affetti da altre gravi malattie che non possono essere assistiti negli ospedali intasati da presunti "malati". Non sapremo mai quanti sono stati i decessi a seguito di interventi e accertamenti sospesi o rimandati...

E proprio l'intasamento degli ospedali senza personale, le file delle ambulanze e l'assalto ai pronto soccorso di chi ha solo un raffreddore o poche linee di febbre ci riporta ad un'altra similitudine coi Promessi Sposi. Due anni prima della peste, il Manzoni descrive gli assalti ai forni del pane dei milanesi affamati per una carestia che sarebbe poi stata la base su cui avrebbe attecchito la peste. Allora c'era la paura di morire di fame per la mancanza di farina. Oggi c'è una paura di contagi che non si era mai registrata per altre malattie.

Presente ai disordini per la rivolta del pane, Renzo Tramaglino, da buon contadino, non si capacitava che si fosse potuti giungere a un tale livello di degrado umano e di incapacità di gestione del problema da parte delle autorità spagnole del periodo. Il Tumulto di San Martino sembra un po' l'anticipazione di cosa potrebbe accadere nei nostri ospedali. E non solo in quelli, perché se la situazione dovesse peggiorare, potrebbe scarseggiare di tutto, trasformando la paura e il malcontento popolare in rabbia. Una rivolta ben più giustificata di quella scoppiata in varie città d'Italia, dove estremisti o anarchici hanno soffiato sul fuoco dell'insoddisfazione di alcuni giovani per il blocco alla movida e creato scontri nelle pacifiche manifestazioni di protesta di baristi o ristoratori. Il tutto con infiltrazioni della criminalità.

Un senatore (a vita) come lo fu Manzoni servirebbe. Lui che era stato testimone dell'unificazione italiana ora starà assistendo alla divisione del Paese, sempre più spaccato dalla politica del governo e delle regioni. Forse bastava leggere i Promessi Sposi con più attenzione per evitare tutto questo

Il Manzoni non approvava certo i moti di piazza perché portano a violenze sommarie e sono sostanzialmente controproducenti per il popolo. Ma allo stesso tempo giudicava il popolo, allora ignorante, come incapace di prendere decisioni in autonomia, soprattutto se trascinato dalla fame e dal bisogno. Invitava ad evitare quella situazione. E condannava al tempo stesso la miopia e l'incapacità di governo delle autorità milanesi, che coi loro insensati provvedimenti avevano scatenato la rivolta, per poi cercare di soffocarla col sangue e con altri provvedimenti che hanno aggravato in modo irreparabile la penuria. Speriamo di non vedere diventare attualità anche questa pagina di storia... Per ora possiamo solo prendere atto che non abbiamo ancora quelle difese adeguate (sanitarie ed economiche) che ci erano state promesse mentre Conte & Company sembrano solo giocare a chi chiude di più, giorno dopo giorno.

«La peste che il tribunale della sanità aveva temuto che potesse entrar con le bande alemanne nel milanese, c'era entrata davvero, come è noto; ed è noto parimente che non si fermò qui, ma invase e spopolò una buona parte d'Italia». *cod 70789*

IL PRONTUARIO CERTIFICATO PER PULIRE I RISTORANTI

Un documento scritto e delle pillole video per supportare gli imprenditori nella sanificazione quotidiana di sala e cucina all'interno dei pubblici esercizi. È quello messo a disposizione da Fipe e Afidamp

La pandemia ha colpito duramente il comparto della ristorazione e tutto il mondo Horeca e ha costretto i pubblici esercizi ad adeguarsi a nuove regole per la gestione degli spazi e per la messa in sicurezza dei locali. Dunque, mai come ora, risulta fondamentale una corretta pulizia quotidiana degli ambienti. Per questo motivo, Afidamp, Associazione fornitori italiani attrezzature macchine prodotti e servizi per la pulizia, e Fipe-Confcommercio, Federazione Italiana dei Pubblici Esercizi, hanno deciso di supportare gli imprenditori nell'importante lavoro di sanificazione dei locali con la redazione di un prontuario, uno strumento agile e immediato, in versione scritta e anche in pillole video visionabili tramite il QR code presente sul prontuario stesso, con indicazioni precise su come garantire la pulizia e la sicurezza di clienti e dipendenti.

Tra i suggerimenti più importanti: indicazioni sulle modalità di igienizzazione delle mani, in particolare se si è passati dalla cassa maneggiando denaro, indicazioni sul corretto utilizzo di prodotti chimici ed eventuali strumentazioni meccaniche di supporto, importanti consigli sul lavaggio dei panni usati per la pulizia e sulla necessità di abbinarli a dei "codici colore" per dividerli in base all'ambiente dove svolgono il proprio lavoro, suggerimenti sulla consegna, la conservazione e l'apertura di imballaggi esterni e, ancora, particolari raccomandazioni sulla pulizia delle parti più esposte al contatto come tavoli, sedie, menù e set da condimento.

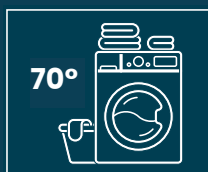
Grande attenzione, dunque, alle operazioni di sanificazione dei pubblici esercizi, per loro stessa natura frequentati da tante persone, da effettuare quotidianamente e nel modo più corretto possibile, non solo in caso di un'emergenza sanitaria come quella che stiamo vivendo.

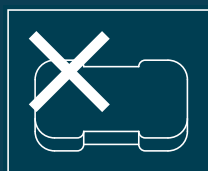
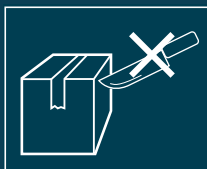
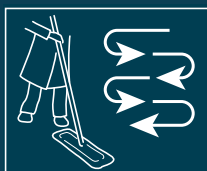
Inoltre, il prontuario per la sanificazione di sala e cucina va ad aggiungersi alla seconda edizione della Guida Pratica Pulizia nella Ristorazione, anch'essa presentata in questi giorni e realizzata con il contributo di Apci - Associazione Professionale Cuochi Italiani, Otall - Ordine dei Tecnologi Alimentari Lombardia e Liguria e Fcsi Italia - Foodservice Consultant Society International e il patrocinio di Codacons. La guida pratica è un vero e proprio manuale, ancor più approfondito e dettagliato, a ulteriore testimonianza dell'impegno che accomuna Afidamp e FIPE nel supportare i pubblici esercizi a svolgere la propria attività in totale sicurezza. cod 70682

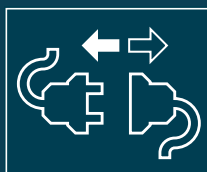
I requisiti di igiene e comfort da rispettare nei ristoranti

Gli operatori, previa rimozione di eventuali monili, effettuano il lavaggio delle mani, accurato e frequente, nell'apposito lavandino dedicato. È consigliabile asciugare le mani con salviette monouso in carta per rimuovere gli eventuali residui di sporco.

Prima di maneggiare qualsiasi prodotto chimico, leggere attentamente la scheda di sicurezza, rispettando le percentuali di diluizione e non miscelare mai prodotti chimici diversi. Se il prodotto viene travasato, occorre riportare l'etichetta sul nuovo contenitore. Ricordarsi di riporre le strumentazioni per la pulizia in appositi locali/armadi.

L'utilizzo di attrezzature per pulizia con uno specifico "codice colore" aiuta a ridurre notevolmente il rischio di contaminazione incrociata. In cucina si consiglia di utilizzare carta o panni di colore blu in quanto si tratta dell'unico colore che non si confonde con gli alimenti.

Evitare di ricontaminare le superfici disinfettate con materiali e panni già utilizzati sulla stessa o altra superficie. I panni devono essere lavati in lavatrice a 70°, in alternativa, è possibile utilizzare carta o panni usa e getta.

Per le operazioni di detersione delle superfici spruzzare il detergente sulla carta o panno (e non sulla superficie da pulire), piegarlo in 4 spessori, ottenendo 8 zone umide, così da sfruttare tutta la superficie disponibile. Lavorare sempre con il lato pulito. Ove consentito, pulire con movimento a "S" per fasce regolari e sovrapposte.

Per la rimozione di sporco resistente utilizzare spugne abrasive antigraffio per evitare di danneggiare le superfici dei "MOCA".

La consegna, la conservazione, l'apertura/chiusura degli imballaggi delle derrate è bene che avvenga in apposite aree esterne alla cucina. Non appoggiare mai imballaggi sui piani di lavoro o taglieri, né tantomeno aprirli con coltelli da cucina in quanto può comportare la contaminazione di questi ultimi.

Per le operazioni di spolveratura e di lavaggio manuale del pavimento procedere con rispettivi strumenti e un movimento a "S" molto stretto in modo da sovrapporre i passaggi, retrocedendo verso la porta. Nel caso di lavaggio utilizzare il "doppio secchio" in modo da tenere sempre separata l'acqua pulita con il detergente, da quella sporca.

Il lavaggio meccanico di pavimenti e superfici può ridurre notevolmente i tempi di pulizia. Si raccomanda di prestare attenzione alle indicazioni date dal produttore per l'uso e la manutenzione delle macchine e alle normative di sicurezza inserite nel D.V.R..

Prima di svolgere ogni operazione di pulizia su apparecchiature alimentate elettricamente, ricordarsi, ove possibile, di scollegare la spina dalla rete.

IN SALA, NON DIMENTICARE DI:

L'addetto alla cassa non deve provvedere alla manipolazione/somministrazione di alimenti. Nel caso svolgesse diverse funzioni è fondamentale il lavaggio delle mani o l'utilizzo di appositi guanti nella transizione tra una mansione e l'altra.

Prestare particolare attenzione alla pulizia di elementi quali tavoli, sedie, menù e set da condimento.

INQUADRA IL QR CODE PER VISUALIZZARE I VIDEO

AVVALENDOSI DELLA CONSULENZA DI UN ESPERTO DI PULIZIE PROFESSIONALI, È POSSIBILE OTTIMIZZARE TUTTE LE OPERAZIONI DI PULIZIA, ANCHE ATTRAVERSO SISTEMI ALTERNATIVI E/O INNOVATIVI

SI RICORDA CHE LA CORRETTA IGIENE NON PUÒ PRESCINDERE DA UNA SPECIFICA INFORMAZIONE DELL' OPERATORE SU METODOLOGIE E ATTREZZATURE PROFESSIONALI

MICROBIOLOGIA PREDITTIVA

UN'ARMA PER L'AGROALIMENTARE

In questo periodo di incertezza, avvalersi di strumenti scientifici può fare la differenza: questa branca della microbiologia alimentare aiuta le aziende ad offrire prodotti più sicuri e sani

di ***Giuseppe Paltani***
Tecnologo alimentare

Siamo in un periodo dove le incertezze pandemiche hanno messo in discussione questioni che davamo per risolte, stimolando però fortunatamente le comunità ad affrontare le incertezze con maggiore razionalità. Si richiama per esempio l'esigenza di maggiore programmazione, purtroppo quasi sempre insufficiente per affrontare queste questioni riemerse, essendo incerta la quotidianità e non l'eccezione. Oppure si cerca di convivere con questa incertezza, aggirandola, adottando soluzioni incrementali, negoziando le scelte, cercando un aggiustamento tra diverse parti e fattori in gioco. Ma anche in questo occorre seguire un metodo d'indagine. A questo proposito un aiuto al sistema alimentare, nei confronti della lotta verso microorganismi patogeni e alteranti, è rappresentato dalla microbiologia predittiva.

Gli inizi della microbiologia predittiva risalgono al 1920, quando Bigelow sviluppò una dipendenza logaritmica-lineare della cinetica dalla morte dei microrganismi. La microbiologia predittiva è una sotto-disciplina della microbiologia alimentare, il cui compito è quello di prevedere il comportamento dei microrganismi negli alimenti utilizzando modelli matematici che studiano i fattori di controllo quali tempo, temperatura, attività dell'acqua e pH degli alimenti in relazione anche ai microrganismi presenti caratterizzanti dell'alimento.

Il modello predittivo per la microbiologia è di solito una descrizione semplificata della correlazione tra le reazioni osservate e i fattori responsabili dell'insorgenza di queste reazioni. Ci sono diversi modelli concettuali principali (empirici contro meccanici-

stici, stocastici contro deterministici, dinamici contro statici), in cui vi sono divisioni di modello a seconda del tipo di microrganismo esaminato o della natura dei problemi causati dai microbi (cinetico vs probabilistico), delle variabili descritte (primarie, secondarie e terziarie) o dell'influenza dei fattori ambientali sulle popolazioni microbiche: crescita, sopravvivenza, inattivazione, competizione. Le nuove generazioni di modelli includono modelli molecolari e genomici, modelli di trasferimento, reti neurali artificiali, interazioni tra specie e modelli a singola cellula.

Il processo di creazione di un modello matematico richiede il coordinamento del lavoro e la conoscenza di: microbiologia, statistica, matematica, chimica, tecnologia alimentare, informatica e web-science. Richiede anche hardware e software appropriati. Ci sono quattro fasi nella costruzione di un modello matematico:

1. pianificazione,
2. raccolta e analisi dei dati,
3. descrizione matematica,
4. convalida e conservazione dei dati.

Le aziende che fanno alimenti possono usufruire della microbiologia predittiva, durante la fase iniziale di sviluppo di un prodotto alimentare, per ottenere una previsione della sua scadenza; oppure fruirne nel caso di modifiche del processo di produzione di un alimento, piuttosto che nell'innovazione sia di prodotto che di processo; o semplicemente nell'ottimizzazione e minimizzazione dei costi e tempi delle analisi microbiologiche di laboratorio. Ma può essere anche un riferimento istituzionale della salubrità alimentare, con le informazioni disponibili ai portatori di interesse del settore produttivo, agli organismi di controllo e alle autorità sanitarie e di vigilanza anche dei paesi importatori di prodotti alimentari italiani.

Proprio per meglio collocare il patrimonio alimentare italiano sulla scena del mercato internazionale, a servizio di tutti i portatori di interesse delle filiere, sarebbe auspicabile espandere le conoscenze e le competenze riguardanti la microbiologia predittiva; sembra che attualmente però i principali programmi software ad essa legati non siano sviluppati nel nostro Paese. Essere consapevoli di convivere con l'aleatorietà comunque stimola ricerca scientifica e tecnologica. cod 70894

SALUBRITÀ DELL'AMBIENTE
LO STANDARD PER ANDARE OLTRE IGIENE E SICUREZZA

di ***Massimo Artorige Giubilesi***
Founder & ceo Giubilesi & Associati srl
Chairman Fcsi Italian Unit

Garantire l'igiene e la sicurezza degli ambienti aperti al pubblico, tra i quali gli esercizi pubblici compresi ristoranti, alberghi, bar, gelaterie, pasticcerie, sono argomenti ormai da tempo all'ordine del giorno per gli operatori che nell'ultimo periodo si sono visti travolti dall'ondata dell'emergenza sanitaria. Schierati faccia a faccia con il nemico invisibile del virus, gli addetti e gli specialisti si sono trovati di fronte ad un'ulteriore amara verità: i classici approcci e metodi di sanificazione, disinfestazione, prevenzione e controllo che per anni hanno funzionato a dovere, oggi non bastano più.

Una nuova idea di pulizia nei locali aperti al pubblico

Le abitudini di vita delle persone, le relazioni sociali e le esigenze dei consumatori alla base delle attività economiche stanno cambiando velocemente, sia a livello nazionale che internazionale, ed esigono una risposta rapida ed efficace per affrontare sia le nuove problematiche che le dannose conseguenze che riflettono e - possiamo dire - continueranno ad influenzare in modo permanente tutti gli aspetti della società.

In questo contesto l'esigenza prioritaria, da parte di qualsiasi organizzazione, sarà sempre più quella di garantire al mercato e agli stakeholder di riferimento l'igiene e la sicurezza degli ambienti, in modo mirato la salubrità degli ambienti di lavoro e aperti al pubblico. Qualsiasi organizzazione che sarà capace di garantire standard di salubrità di natura chimico-fisica e biologica, risulterà vincente e soprattutto godrà di un vantaggio competitivo e di una estesa fiducia riconosciuta dal mercato.

Di conseguenza, il nuovo paradigma diventa subordinato alla necessità di trovare nuovi metodi e approcci verso queste problematiche partendo dalle basi, ma superando i concetti di sanificazione (pulizia, detergenza, disinfezione, disinfestazione) e portando allo sviluppo di una "nuova cultura" e metodologia che va oltre gli abituali concetti di prevenzione e sicurezza igienico-sanitaria negli ambienti.

Tutto ciò esige la creazione di nuovi strumenti, nuovi servizi e nuove competenze professionali in grado di gestire la complessità di fattori che devono essere presi in considerazione. I nuovi modelli per la prevenzione e il controllo di possibili pericoli e contaminazioni di origine biologica, chimica e fisica negli ambienti aperti al pubblico e nei luoghi di lavoro devono essere trasversali, basati sulla logica "OneHealth" e in grado di stabilire elevati standard di salubrità attraverso la valutazione dei rischi di molteplici parametri, in funzione delle caratteristiche intrin-

seche dei diversi luoghi e ambienti e della permanenza delle persone al loro interno.

Una certificazione per la salubrità degli ambienti

In risposta a queste esigenze, di recente è stato presentato lo Schema di certificazione a cura di Kiwa Cermet Italia, basato sul nuovo Standard ST-SAL-AMB - "Servizio Integrato di prevenzione dalle contaminazioni di origine biologica, chimica e fisica finalizzato alla Salubrità degli Ambienti". Per la prima volta, con questo standard, si offrono strumenti alle organizzazioni per differenziarsi, facendo emergere in modo tangibile la qualità del servizio di prevenzione delle contaminazioni e garantendo agli utenti l'efficacia del servizio stesso in modo credibile ed affidabile.

La strategia alla base di questa nuova certificazione consente a tutte le organizzazioni pubbliche e private di raggiungere standard di eccellenza a beneficio del singolo e della collettività, sviluppando al proprio interno competenze specialistiche e dotandosi di strumenti, prodotti, tecnologie per rispettare i parametri di qualità e sicurezza definiti nei requisiti di certificazione, anche attraverso l'introduzione di una nuova figura professionale, il "Manager per la salubrità degli ambienti - Msa". Rispetto ad altri profili professionali presenti sul mercato (tipo il Covid Manager, l'Hse Manager), il Msa svolgerà un ruolo chiave accompagnando gli operatori che vedono l'integrazione tra sicurezza, salute, ambiente e prevenzione dalle contaminazioni, come la modalità più efficace per perseguire la conformità legislativa, le strategie aziendali e le esigenze dei lavoratori e utenti in una prospettiva di eccellenza e di miglioramento continuo.

Quali benefici in vista?

Il settore Food & Ospitality, fortemente compromesso dalla crisi in corso, può ottenere molteplici benefici applicando questo nuovo e globale concetto di prevenzione finalizzato alla salubrità, basato sulla conoscenza approfondita del contesto operativo e sull'analisi del rischio dei siti operativi, al fine di prevenire, controllare e governare le contaminazioni indoor di origine biologica, chimica e fisica.

La certificazione del Servizio integrato di prevenzione delle contaminazioni di origine chimica, fisica e biologica finalizzato alla salubrità degli ambienti di lavoro ed aperti al pubblico e la Certificazione del Manager per la Salubrità degli Ambienti nascono proprio dell'esigenza di fornire una risposta e soprattutto una soluzione pragmatica, innovativa ed efficace all'incertezza che caratterizza in questo momento il mercato. cod 71082

Per maggiori informazioni: **www.giubilesiassociati.com**

FUORIMENU

MORENO CEDRONI IL FUORICLASSE DOPO 36 ANNI ANCORA UN VISIONARIO

Moreno Cedroni

foto del servizio Lorenzo Cicconi Massi e Brambilla Serrani

di *Nadia Afragola*

Siamo andati nella "capitale" dei Galli in Italia. Siamo a Senigallia, fondata tra il 389 e il 383 a.C. dalla tribù gallica (appunto, ndr) dei Seno, rinomata località marinara marchigiana, diventata negli ultimi tempi meta di pellegrinaggio di tanti buoni palati, gourmet addicted, food lovers o più semplicemente buongustai.

Uno dei motivi principali per cui, se passi da Ancona o nei paraggi, fai una deviazione è il socio Euro-Toques Moreno Cedroni, e a dirlo non siamo mica noi italiani, che potremmo anche essere di parte. Lo dice la guida Rossa, la Bibbia della cucina, la Michelin. Lo dice a suon di stelline, due per la precisione (sulla terza ci stiamo lavorando!), cucite sul petto dello chef. Lo dice il suo essere un passo avanti, sempre. Senza farlo pesare, mai. Avanti, lo era nel 2000, quando aprì il "Clandestino susci bar" - badate a come scrisse "susci" - o nel 2003 quando creò la prima salumeria di pesce in Italia, "Anikò" a Senigallia.

La sua Madonnina, il Clandestino, Anikò e, alla fine, The Tunnel, «perché senza ricerca non si va avanti». Lo chef bistellato è sempre stato un passo avanti, grazie anche alla volontà di sala e cucina insieme

Ha gli occhi di uno al quale il tempo vuole un gran bene. Occhi vivi di chi sa che la vita deve prenderla a morsi, soprattutto se vuole evitare certe sportellate, che farebbero vacillare anche una quercia secolare. Parliamo di uno che prima si diploma alla scuola nautica di Ancona e poi appena ventenne apre il suo primo ristorante a Marzocca. Scrive libri, di quelli fatti bene, ad Expo è stato uno dei nostri ambasciatori più rappresentativi e non stupitevi di trovarlo in versione alchimista nel suo laboratorio di ricerca, adiacente al ristorante, The Tunnel: un nome, un perché! Non entra la luce del sole in quel posto, sappiatelo, ma siate coraggiosi, varcate la soglia di quella porta. Ne vale la pena.

Dedica dolci alle api, e trae ispirazione per la sua piccola pasticceria dalla fiaba di Lewis Carroll, Alice nel paese delle meraviglie. Il suo è un pensiero creativo; José Carlos Capel, massimo critico gastronomico spagnolo e presidente di Madrid Fusión, lo ha definito un rivoluzionario. Non fatichiamo a comprendere la grandezza dell'uomo, ancor prima che del professionista. La differenza oggi la fa il modo in cui ha saputo affrontare questi 36 anni di "attività", anni in cui tutto è cambiato, ma proprio tutto, tranne la sua mano, il suo palato, la sua visione ma soprattutto quella luce negli occhi che una volta che ti si posa addosso non la spegni più.

Chi è Moreno Cedroni?

Un ragazzo con una passione per la cucina diventata talento, tanto lavoro, tanto studio, tanti progetti, alcuni anche non riusciti bene. Apro la Madonnina nell'84, avevo vent'anni, poca esperienza ma tanta fame, con la ricchezza dei sapori della cucina della nonna e della mamma e di un orto dietro casa che mi aveva fatto nascere nel km 0 senza saperlo.

Quando le danno del visionario cosa pensa?

Alcune cose le ho fatte anche troppo in anticipo. Più che altro ho realizzato tante idee senza pensare al punto di pareggio: ci credevo. Vedi Anikò la salumeria di pesce ora street food,

un chiosco nato nel 2003 quando ancora non esisteva lo street food e il panino gourmet. Visionario per aver cambiato modo di abbigliarsi in cucina, dal pantalone sale e pepe a grembiuli bianchi e algidi. Visionario per aver trasformato il sushi in susci, rendendolo oggetto di studio e arricchendolo di nuovi temi ogni anno, legati al crudo. Visionario per essermi invaghito dell'immortalità del cibo e aver iniziato a produrre conserve e marmellate. Visionario per gli abbinamenti particolari: sicuramente cioccolato e riccio di mare, la bufala di caprese o il bounty di seppia ti fanno credere di esserlo, allora sì, forse hanno ragione, un po' visionario lo sono.

Come avete fatto, parlo al plurale pensando al collega Mauro Uliassi, al manipolatore di dolci Brunelli, a trasformare Senigallia in quello che a tutti gli effetti oggi è diventato un Luna Park del gusto?

Mi piace che si usi il termine Luna Park che avevo coniato qualche tempo fa per Senigallia! In effetti è proprio così, si mangia bene dappertutto, a tutte le fasce di prezzo, ed è diventata una meta imperdibile per tutti gli amanti dell'enogastronomia, anche perché i nostri vini negli ultimi anni sono cresciuti esponenzialmente.

Perché ha scritto una lettera al presidente della sua Regione?

L'ho scritta prima delle elezioni, per lanciare dei sassolini nello stagno, anche se ho scritto cose note a tutti, però, strano ma vero, mai affrontate nel giusto modo dalla politica. Facile dire che le Marche sono state premiate dalla Lonely Planet, se dopo i mezzi che devono portare i turisti da noi non funzionano o per lo meno, non bene come le regioni con le quali confiniamo, che non vedono l'ora di assorbire i nostri turisti.

Era un cuoco, oggi è anche un imprenditore. Come fanno queste due anime, con interessi distanti, a convivere?

Ero e sono un cuoco, il lato imprenditoriale c'è, solo affinché i conti siano positivi e ci siano marginalità per rinnovarsi, per fare ricerca, per fare un'accurata manutenzione del ristorante, che fa sembrare i locali sempre giovani.

Etica, sostenibilità: concetti così tanto di moda, oggi. Ha senso parlarne nell'alta ristorazione?

Eccome! Di moda si, per fortuna, almeno possono entrare nella mente di tante persone. Credo che, solo rispettando il mondo che ci ospita e le persone che producono gli ingredienti che ci fanno preparare ottimi piatti, possiamo dire di dare un buon esempio ai futuri cuochi.

Cucina vs Sala. Perché tra le due anime di un ristorante, spesso, la pace è solo apparente?

Pace apparente. Durante un servizio è come durante una partita di finale di coppa: ci possono esser incomprensioni, che poi devono finire subito e le stesse servire a crescere. Sia sala che cucina hanno come obbiettivo la soddisfazione del cliente.

Parliamo del momento storico. Come ha vissuto il lockdown a Seni-

gallia? E la ripresa come sta andando?

Il lockdown è stato un periodo di studio e parzialmente di lavoro nel laboratorio alimentare. Ci siamo preparati per le riaperture come se non fosse successo nulla, con un po' di timore, lo ammetto, ma con molta determinazione volta a ricominciare e soprattutto riassumere tutte le persone alle quali era stato promesso il lavoro. La stagione ci ha premiato, permettendoci di non chiudere con percentuali di perdita disastrose.

Delivery sì. Delivery no. Lei da che parte sta?

Abbiamo fatto delivery con i piatti di Anikò dal 17 aprile al 17 maggio, interessante ma difficilmente ripetibile, perché i piatti che possono arrivare perfetti a casa, con il delivery non sono molti.

È cambiato l'approccio della gente all'alta ristorazione?

Direi di no, ci facevamo tante seghe mentali, ma poi la gente è sempre quella che, una volta entrata nel ristorante, vuole esplorare il più possibile e divertirsi.

Cucina vs Instagram. Quando tardano a mangiare un suo piatto, servito alla temperatura perfetta, per fare l'ennesima foto, qual è il suo primo pensiero?

No, aspetta, non lo ritengo una cosa negativa, con le luci giuste e i telefoni di nuova generazione le foto vengono belle subito, quindi secondo me questo aspetto non inficia più la qualità del piatto.

Accanto al suo ristorante, troviamo dallo scorso anno, The Tunnel. A fare gli onori di casa un chimico. Ma lei non faceva il cuoco? Cosa accade precisamente in quello che a tutti gli effetti si configura come un laboratorio di ricerca?

Nel 2019 ho pensato che solo la ricerca poteva permetterci di crescere, e poteva portare il nostro pensiero creativo avanti, quindi il Tunnel è un insieme di attrezzature diverse da quelle che troveresti in una cucina, seppur professionale. In cucina con le attrezzature che hai fai un piatto nuovo ma non puoi fare ricerca.

Quanta tecnica c'è nella sua cucina? E quanta tradizione?

Tanta tradizione, che solo unita alla contaminazione e alla tecnica può portare ad una cucina in continua crescita. In tale direzione sto orientando tutte le mie forze da qualche anno.

Quanta ricerca c'è dietro un suo piatto? Penso ad un dolce in carta questa estate: Ape Regina. Pazzesco.

Veramente pazzesco. Tutto inizia da viaggi, contaminazioni appunto, poi progetti, prove, assaggi, sbagli, e poi finalmente vedi la luce. Il tempo è variabile, dalla settimana ai 20 giorni.

Un nome: Luca Abbadir, il suo sous chef. Racconta anche i piatti in sala. Quanto lavoro c'è dietro la vostra intesa? Quando ha scoperto di essere bravo, chef, anche ad insegnare l'arte?

Con Luca c'è un rapporto di fiducia reciproca, tantissimo confronto, lui è un fuoriclasse. Saper insegnare non è scontato. A me piace, lo faccio con passione.

Le stelle Michelin... pesano più sull'uomo o sullo chef?

Pesano se ogni giorno non dai il massimo, ma se ogni giorno tutti i ragazzi del team danno il loro meglio, diventa un'opportunità che ti sprona a fare sempre meglio.

La sua sala. In rosa. Tante donne. Alcune indimenticabili. Altre storiche. Allora è possibile che una donna lasci il segno in un ristorante? In sala.

In primis Mariella, da sempre nella sua scala di valori ci sono i clienti; poi Mati, nostra figlia e poi io per ultimo... Scherzi a parte, la sua presenza è unica, e contamina le altre persone, donne o uomini che siano, e poi un grazie vorrei farlo, anche, alle persone storiche della sala della Madonnina, un riferimento per tutti, nessuno escluso. Cosa sarebbe un ristorante, come il nostro, senza quel racconto condiviso che avviene solo in sala?

Una destinazione enogastronomica. Dove andiamo?

Paesi Baschi, sempre.

Che sapore ha la felicità?

Quella degli spaghetti alle vongole della mamma. cod 70374

Abbinati ai vini della casa, l'agriturismo (sempre più richiesto causa desideri di spazi verdi in periodo Covid) a Pontida (Bg) propone i piatti dello chef già stella Michelin a Bergamo: semplici, sani, gustosi, locali

DAL CENTRO CITTÀ ALL'AGRITURISMO EZIO GRITTI PUNTA SUL KM 0

di ***Roberto Vitali***

S come Semplicità, C come Concretezza, I come Impegno, E come Eleganza, F come Fantasia. Ecco come Ezio Gritti, affermato e rivoluzionario cuoco bergamasco, scompone, italianizzandolo, il termine di "chief". Cinque sostantivi che definiscono il suo impegno in cucina. «La semplicità - afferma - è il massimo dell'eleganza, perché la cosa semplice è spesso la più difficile da eseguire. Son tutti capaci a preparare un grande piatto con una materia prima costosissima. Più difficile farlo, ad esempio, con una coda di manzo». Magari in reticella, con leggera salsa alla liquirizia e menta, come talvolta propone nelle degustazioni quando il cliente gli lascia carta bianca.

Da un anno e mezzo Ezio Gritti ha intrapreso la nuova avventura a Pontida (Bg), al "Polisena L'Altro Agriturismo", seguita ai 25 mesi nel ristorante che portava il suo nome nel cuore del capoluogo orobico. Chiusa la parentesi di tre anni nel paradiso di Bali, si trattava del ritorno a Bergamo, dove per 10 anni si è fregiato della stella Michelin all'Osteria di via Solata. A marzo 2019, conquistato dall'attività agricola biologica che rifornisce la cucina del Polisena (accogliente e integrato con l'atmosfera circostante, senza scimmiottare forzatamente la dimensione rurale), ha accettato la proposta di Tosca e Marco Locatelli.

Altro asso nella manica dell'agriturismo sono i vini. La cantina è rifornita dalla casa vinicola di proprietà di famiglia, l'Azienda agricola Tosca, attiva da 19 anni e da 14 certificata come biologica, una delle più avanguardiste e ferree nell'introduzione di metodi di coltivazione naturali.

Secondo te e la tua molteplice esperienza, con i timori del Covid è aumentato l'afflusso negli agriturismi?

Certamente sì. La gente ha voglia di godere di spazi verdi, luce, aria pulita. Al solito ristorante di città, sia pure con di-

stanziamento ma sempre chiuso tra traffico e smog, si preferisce uscire dai centri abitati e quindi l'alternativa naturale è l'agriturismo, che, come dice il nome stesso, è una struttura immersa nella natura, dove il buongustaio inoltre sa di trovare cibi cucinati con materie prime di qualità prodotte dall'azienda. È come un ritorno al passato, alle origini, alla "terra", come presagiva Luigi Veronelli già 30-40 anni fa. Oggi gli agriturismi rappresentano l'evoluzione, certamente migliorata, delle vecchie "frasche" fuori città dove andavamo a bere un buon bicchiere di vino con pane e salame. Anche qui al Polisena abbiamo avuto una estate di gran lavoro, nonostante il Covid.

A Gritti è piaciuto molto il progetto del Polisena: ci sono gli ingredienti prodotti in proprio, che lo stesso chef raccoglie quotidianamente dall'orto, e ce ne sono altri che vengono reperiti in aziende agricole certificate bio della Bergamasca (niente pesce di mare, quindi, perché non del territorio). Una base perfetta per la sua filosofia di cucina.

«Non amo le mode, perché non sono arte, e non seguo i trend - ci spiega - amo la semplicità ma odio la banalità. Concepisco i miei piatti partendo dalla materia prima e dal rispetto verso chi ha coltivato la terra o ha allevato al meglio un animale. Bisogna togliere, togliere, togliere, che non significa mettere poco, ma capire come esaltare la materia prima senza creare piatti in cui non si riescono a distinguere i sapori. La cucina è chimica: sta alla bravura del cuoco trasformarla in arte».

Esempi di piatti che incarnano bene il progetto? Maialino missoltinato (equivalente del vitello tonnato, ma realizzato con diversa carne e salsa al pesce di lago); Uovo di quaglia su crema di zucchine trombetta con olio alla clorofilla; Parmigiana alla bergamasca, senza mozzarella ma con formaggella della Val Brembana, senza farina bianca ma con farina di mais; Agnolotto alla farcia di boby, crema di patate del Polisena, crumble di pane integrale e mascherpa stagionata; Fegati e reni di coniglio spadellati al Marsala sulla "Dolcissima cipolla di Breme" e uvetta; Cervella croccanti su finissima julienne di zucchina, senape e tabasco. E potremmo andare avanti a lungo. Tra i dolci citiamo Polisena cake (finta frolla e marmellata di pesche), Soufflée glacé al mosto d'uva Merlot Tosca, Coulant al pistacchio.

Non ha stravolto la proposta, Gritti. Ha preso in mano in punta di piedi la carta che già esisteva, ingentilendola, mettendoci sempre di più la sua mano ma gradatamente, lasciandosi il tempo di prendere confidenza con le materie prime a disposizione.

«Ho cominciato a plasmare il mio conoscere sui piatti che sarebbero dovuti uscire, in sostanza, perché sono arrivato giusto prima della stagione di matrimoni e celebrazioni, quando i menu erano già fissati. Ho portato i miei 15 giorni di esperienza - scherza Gritti - anche nell'organizzazione e nella riduzione degli sprechi, oltre che nella presentazione dei piatti e nella ricerca dell'eleganza del gusto. Mi trovo bene per tantissimi aspetti: sono soddisfatto perché sono riuscito a dare il mio apporto positivo, non il mio nome e basta».

Ha una conoscenza sconfinata della materia, Gritti. È autodidatta, ma curiosissimo. Ha imparato dai libri, sul campo (33 anni di professione) e nei campi (nonché negli allevamenti). Ha girato il mondo per lavoro. La sue ricette nascono da questa passione innata. Il suo mantra? "La vera e buona cucina cucinata" come un atto cerebrale, una successione di pensieri che si traduce poi nell'esecuzione di un piatto.

«Bisogna conoscere perfettamente caratteristiche e trattamento degli ingredienti - conclude Gritti - per immaginare cosa si vuole ottenere. Il cibo, prima ancora che del territorio, deve essere buono, sano, gustoso. Deve poter diventare un'opera d'arte. Il gusto della semplicità non è mai banalità, piuttosto autenticità, troppo spesso dimenticata nel nome di qualche tendenza passeggera. Il nuovo è ritornare all'antico e solo scoprendo le migliori materie prime potremo riuscirci».

Anche nelle tecniche di cottura ha una cultura multiforme. Guarda alla tradizione ma anche all'innovazione e non disdegna cotture antiche, compresa la cottura in pentole di legno, un regalo che gli fece Gino Veronelli sfidandolo a trovare materie prime e ricette adatte a quei particolari contenitori. «Sono l'unico al mondo a usarli», assicura. cod 70636

SOTTO LA TOQUE: DIRETTO, CREATIVO, ROMANTICO

ALAN COMPAGNUCCI

di ***Carla Latini***

Essere figlio di uno dei più premiati sommelier, di un direttore di hotel e uomo di grande cultura come Gualberto Compagnucci per Alan è una grande opportunità. Cresce a Portonovo, nei pressi di Ancona, e quando può segue il padre nel suo lavoro. Dopo la scuola è ai fornelli dell'Hotel La Fonte di Portonovo. Determinante l'esperienza da Saraghino con Roberto Fiorini. Poi Londra da Giorgio Locatelli e Paolo Simioni, e una lunga permanenza a Lisbona. Seguono 5 anni alla guida dell'Hotel del Conero con banchettistica e grandi eventi. Ai suoi occhi si aprono nuovi orizzonti. Va in Umbria nello staff di Rodolfo Mencarelli, un catering molto attivo nella capitale.

I tempi sono maturi, cerca qualcosa per sé. Sembra quasi che Villa Zani, a Latina, lo stia aspettando. Nel 2019 conta più di 50 feste. Quasi tutte le preparazioni sono fatte in casa, dai pani alla pasta ai dolci. Gli altri prodotti artigianali sono tutti locali, come i meloni e i pomodori di Fondi, le olive itriane, le mozzarelle e il burro di bufala del Caseificio Lisi. Al momento della stesura del menu Alan è in grado di realizzare i desideri dei suoi clienti stimolandoli con marcata personalità. Ogni banchetto porta la sua firma. Una garanzia di successo. cod 71140

● ***Da bambino cosa sognavi di diventare?***
Un cuoco: tutto quello che poteva avere un approccio manuale e creativo mi ha sempre affascinato

● ***Il primo sapore che ti ricordi.***
Il sapore del latte

● ***Qual è il senso più importante?***
La vista

● ***Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.***
Una crème caramel a 12 anni

● ***Come hai speso il primo stipendio?***
Un corso professionale di cucina a Venezia

● ***I tre piatti da provare almeno una volta nella vita.***
Amatriciana, tartare e crème caramel

● ***Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?***
Il guanciale

● ***Qual è il tuo cibo consolatorio?***
Una bella Amatriciana

● ***Che rapporto hai con le tecnologie?***
Eccellente, oggi è fondamentale sotto ogni aspetto in cucina

● ***All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?***
Insalata di pomodori verdi

● ***Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?***
I mei nonni, che non fanno più parte di questa terra

● ***Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?***
Più che un opera d'arte direi un artista, Banksy, che va dritto al punto senza troppi fronzoli

● ***Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?***
"That's Amore" di Dean Martin

OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

AGNOLOTTI O ANOLINI? L'IMPORTANTE È L'EQUILIBRIO DEI SAPORI

I primi sono una specialità della cucina piemontese, ma se ne fanno anche in Toscana; i secondi hanno radici parmensi e piacentine. Piatti in cui pasta e ripieno devono essere equilibrati

di ***Toni Sàrcina***
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

In tempi di pandemia sembra di essere in guerra e, come allora, si ricorre alla cosiddetta "autarchia"; ma in questo caso di pregio, poiché parliamo di paste ripiene preparate in casa che, se fatte correttamente, non temono confronti. Per questa occasione, abbiamo scelto di cimentarci in due tipologie che hanno caratteristiche simili ma che si differenziano, secondo tradizioni regionali, sia per il formato, sia per il ripieno. Si tratta di Agnolotti e Anolini. I due diversi formati, pur trovando una diffusa collocazione in altri territori italiani, rispecchiano, in modo chiaro e inequivocabile, due diverse aree in cui vengono preparate da tempo immemorabile e dalle quali si sono irradiati altrove: gli agnolotti in Piemonte, con una piccola deviazione nell'Oltrepò Pavese; gli anolini nel territorio di Parma e di Piacenza.

Gli Agnolotti

Specialità della cucina piemontese, sono chiamati anche "agnellotti". Hanno sempre un ripieno di carni miste con diversi tipi di cottura. All'o-

rigine, gli agnolotti erano stati ideati per poter riutilizzare in modo brillante gli avanzi di carne. Non esiste una vera e propria ricetta classica per gli agnolotti: la loro preparazione varia secondo i tipi di carni disponibili. Una regola ormai diffusa in tutta la regione vuole che, oltre alle carni miste, vi sia la presenza di un salume e di uno o due ortaggi (per lo più bietola e scarola). Esistono anche degli ottimi agnolotti toscani che, salvo piccole differenze nel rapporto farina-uova ed alcuni ingredienti del ripieno, sono pressoché simili a quelli piemontesi. Nell'Oltrepò Pavese - dove questo tipo di pasta ripiena si è affermato causa la vicinanza del Piemonte - gli agnolotti sono preparati quasi sempre con gli avanzi dei brasati di carne. Indipendentemente dalla zona di produzione, gli agnolotti amano la preparazione asciutta con condimenti che variano dal semplice connubio burro - formaggio grattugiato ai ragù di ortaggi e, spesso, di carne con o senza pomodoro.

Ecco in dettaglio la preparazione:

- Stendere con il matterello la pasta all'uovo sulla spianatoia in una sfoglia sottile e dividerla in due rettangoli;
- Dividere il ripieno in tante palline grandi quanto una nocciola e disporle sopra un rettangolo di sfoglia ben distanziate una dall'altra (circa 4-5 centimetri di distanza tra le palline di ripieno);
- Sovrapporre l'altra sfoglia con delicatezza facendo combaciare i lati;
- Premere leggermente con le dita la sfoglia attorno alle palline di ripieno e, con la rotella dentellata, ritagliare tanti quadretti formando gli agnolotti;
- Distribuirli sopra la spianatoia (o meglio, sopra le apposite reticelle per la pasta fresca) per farli asciugare prima di utilizzarli.

Gli Anolini

Non vanno confusi con gli "agnolini mantovani" pur somigliandogli molto, ma sono diversi da questi sia per la forma che il ripieno.

Gli anolini di Parma e Piacenza sono quasi uguali ai celebri tortellini tuttavia, anch'essi godono di grande fama per la raffinatezza della loro preparazione. Secondo la tradizione, pare che gli anolini piacentini abbiano preceduto quelli di Parma ed alcuni appassionati critici gastronomici di questa specialità affermano che li superino anche per la bontà sia della pasta sia del ripieno. In realtà, gli ingredienti, che un tempo vedevano gli anolini di Parma più ricchi per la presenza di burro anche nel ripieno, si sono oggi perfettamente allineati con un risultato ottimo nelle due aree gastronomiche. Probabilmente il nome deriva dalla forma particolare della pasta ripiena che assume l'aspetto di un piccolo anello con il cerchio piuttosto sottile e raffinato. A differenza degli agnolotti, gli anolini preferiscono essere serviti in brodo, saporito e ben sgrassato, con una generosa aggiunta di ottimo Parmigiano grattugiato.

La preparazione degli anolini:

- Stendere come di consueto la pasta sulla spianatoia;
- Ritagliare, con un tagliapasta tondo del diametro di 3-4 centimetri, la sfoglia di pasta ottenendo tanti piccoli dischi e mettere al centro di ognuno di essi una piccola pallina di ripieno della dimensione di un pisello;
- Ripiegare i dischetti di pasta formando tante piccole mezzelune premendo i bordi per sigillarli;
- Congiungere le due estremità delle piccole mezzelune sovrapponendole un poco e premendole formando gli anolini;
- Distribuirli sopra la spianatoia o sulla reticella facendoli asciugare prima di utilizzarli.

Secondo il parere esperto delle celebri sfogline emiliane e romagnole, il rapporto fra pasta e ripieno deve essere paritario; il peso della pasta corrisponde al peso del ripieno. In questo modo si ottiene il perfetto equilibrio di sapori. 70995.

PIZZA STORIES
NUOVA PIATTAFORMA PER FORMARE E INFORMARE

Per Agugiaro&Figna Molini la pizza è molto più di un piatto, ma vera e propria vocazione. Tutte le farine sono realizzate grazie alla macinazione dei preziosi grani italiani e dalle migliori coltivazioni di tutto il mondo (Australia, Canada, Stati Uniti, Europa) e ogni anno da migliaia di pizzaioli in Italia e nel mondo. Ogni farina Agugiaro & Figna è il punto di partenza per tanti mondi diversi che ognuno sviluppa a suo modo, raccontando sé stesso attraverso le pizze che crea.

Pizza Stories è la community che mette insieme chi ama la pizza e chi sa farla bene: un luogo di ispirazione e di informazione dove la passione per la pizza e per i suoi ingredienti è l'unica regola. Una piattaforma che racconta il mondo della pizza in tutte le sue declinazioni con articoli di approfondimento, ricette e curiosità pensati per raccontare il grande mondo della pizza in tutte le sue sfaccettature.

La nuova piattaforma editoriale firmata Agugiaro&Figna Molini è pensata per mettere insieme chi ama la pizza e chi sa farla bene: approfondimenti, ricette, news e ispirazioni per raccontare una passione

Pizzerie in Italia e nel mondo da segnalare, stili di pizza e tendenze da tenere in considerazione: sono solo alcuni degli argomenti che ogni visitatore può trovare nella nuova community. Nuovi contenuti popolano la piattaforma ogni mese e ogni mese si aggiungeranno nuovi ingredienti, che vengono poi raccontati anche nelle pagine Facebook e Instagram di Agugiaro&Figna Molini.

Particolare attenzione è dedicata agli argomenti tecnici e di formazione, riservati ai professionisti del settore ed esperti pizzaioli, con approfondimenti più tecnici dedicati al mondo pizza. Ultimo grande elemento saranno tutte le news de Le 5 Stagioni con segnalazioni e novità dedicate a tutte le persone che vogliono intraprendere o approfondire un percorso professionale intorno alla pizza. cod 71111

Per informazioni: **pizzastories.le5stagioni.it**

AMPI SVELA I SEGRETI DEL DOLCE NATALIZIO PIÙ AMATO

Il Panettone è stato protagonista dell'ultimo Simposio AMPI, il 29°. Tutti i Maestri hanno puntato sull'alta qualità delle materie prime, per la preparazione di un dolce ormai destagionalizzato, venduto tutto l'anno

Fall 29° Simposio Tecnico di Accademia Maestri Pasticceri Italiani che si è tenuto a Collebeato (Bs) lo scorso ottobre ha registrato, tra i diversi temi in agenda, un vivace confronto tecnico sui lievitati. Quello che era il tipico dolce natalizio milanese, realizzato con ottimi risultati in tutt'Italia, è divenuto ormai il prodotto da forno italiano tra i più famosi al mondo nonostante sia tra i più difficili da realizzare e ogni Maestro AMPI ha perfezionato la sua ricetta. Il panettone è un capolavoro indiscusso di bontà, da Nord a sud, e sta lentamente ma progressivamente trasformandosi in un "dolce tutto l'anno".

Questa destagionalizzazione consente di trovare il panettone nelle migliori pasticcerie anche lontano dalle feste natalizie, a favore dei molti turisti che lo chiedono come souvenir della visita nel nostro Paese, e non solo. Per molti italiani infatti è considerato il lievitato perfetto per ogni occasione, e i numeri delle vendite avvalorano questa tendenza.

Obiettivo statutario di Accademia Maestri Pasticceri Italiani è la condivisione dei saperi per la valorizzazione delle migliori produzioni dolciarie artigianali italiane, e in questa ottica anche la ricetta e la modalità di produzione è condivisa tra tutti i Maestri. Da tempo il panettone era nella lista dei temi da approfondire, e questo ultimo Simposio 2020 è stato a lui dedicato. Guidati dal Maestro Iginio Massari, fondatore di AMPI, e dal presidente Gino Fabbri, gli Accademici si sono lanciati nel confronto sul panettone classico artigianale, con due sole varianti: alto o basso, glassato oppure no.

Nelle schede di degustazione e valutazione dei Maestri sono state considerate moltissime variabili, tra queste alcune si rifanno alla parte estetica del dolce, al colore, alla consistenza e alla struttura della pasta e la sua alveolatura, altre al profumo, l'equilibrio aromatico con distribuzione uniforme della frutta, la cottura, la consistenza della crosta e della glassa e naturalmente la masticazione.

Il gusto dei Maestri è un piccolo "laboratorio chimico sensoriale" e l'assaggio dei diversi prodotti, pur apparentemente simili ai più, ha evidenziato le peculiarità di ciascuno, proprio per via delle molte variabili che fanno di un normale panettone, un eccellente panettone artigianale da Maestro.

Le degustazioni dei panettoni dei Maestri AMPI presentati al Simposio ai colleghi hanno decretato l'altissimo li-

vello qualitativo degli ingredienti impiegati, oggetto di ricerche personali a cura dei Maestri con selezione rigorosa dei produttori delle materie prime. Cedri e arance accuratamente scelte per varietà e maturazione ottimale per i processi di candidata o semi-canditura con pezzature differenti, dal piccolissimo candito al classico cubo, secondo l'estro del Maestro. Tutti gli Accademici AMPI producono il panettone, oltre a dolci natalizi regionali e altri lievitati, con impiego di lievito madre e secondo procedimenti artigianali, venendo riconosciuti come veri e propri Maestri della lievitazione e durante il Simposio sono emerse le loro abilità. Ingredienti, modalità di rinfresco, lievitazione, pirlatura, cottura, infilzatura e confezione, e tutto ciò che attiene la manualità e l'esperienza sono stati svelati nel confronto. cod 71077

Il panettone secondo tre Maesti AMPI

A riprova della passione per questo dolce, abbiamo chiesto cosa rappresenta il panettone a tre Maestri Pasticceri AMPI: Emanuele Valsecchi, Maurizio Colenghi e Domenico Di Clemente.

Emanuele Valsecchi

«Il panettone è la massima espressione della pasticceria, la buona riuscita dipende da molteplici variabili, bisogna imparare a conoscere la materia prima e lavorarla con una ben precisa tecnica. La fase più complessa è il mantenimento del lievito, ed è anche la fase più delicata. La buona riuscita del panettone gravita intorno alla lievitazione, un mondo a sé che necessita tecnica e tempo per scoprire tutti i "segreti" del lievito. Moltissimo dipende anche dalle materie prime, ricercate con cura e di altissima qualità, sono l'elemento fondamentale per esaltare profumi e consistenze. La tendenza di consumo mi ha portato ad offrire ai miei clienti una gamma di panettoni molto ampia, con l'aggiunta di ingredienti quali pistacchio e amarena, albicocca, frutti di bosco, cioccolato, caffè e caramello, cioccolato e pere, cioccolato e noci, per citarne alcuni».

Maurizio Colenghi

«Il panettone rappresenta il massimo dell'arte pasticciera, questo gli conferisce un fascino particolare perché la corretta esecuzione richiede mille attenzioni, dal rinfresco del lievito madre alla lievitazione ottimale del primo impasto, dalla temperatura agli ingredienti. Queste variabili lo rendono uno dei prodotti più difficili da eseguire, che solo con la conoscenza approfondita delle materie prime, sempre di ottima qualità, e la loro trasformazione durante le varie fasi di lavorazione, portano il professionista ad ottenere un ottimo prodotto. Negli ultimi anni abbiamo iniziato una produzione costante tutto l'anno, mantenendo le caratteristiche base del panettone e modificando solo la frutta in base alla stagione. In primavera utilizziamo gli agrumi - arancia, limone e mandarino - in estate i frutti di bosco, in autunno privilegiamo noci e cioccolato, mentre il classico: lo riserviamo al Natale!».

Domenico Di Clemente

«Il panettone è sinonimo di tradizione, artigianalità e maestria, ma è anche approfondimento della materia e ricerca della qualità. Ogni fase della lavorazione del panettone è determinante per la riuscita di un prodotto di qualità ma a mio avviso quelle più delicate sono lo sviluppo e il mantenimento del lievito madre. Sebbene la ricerca sia continua, la produzione del panettone è stagionale e mi impegna gli ultimi mesi dell'anno. La scelta delle materie prime è fatta con curaa. Innanzitutto una buona farina, proveniente da un mulino artigianale con macinazione a freddo, cosi da non alterare la parte organolettica del prodotto finale. La selezione poi di un burro che mantenga inalterato, dopo il processo di lievitazione, il suo profumo. L'attenzione infine al tipo di uvetta, ai canditi, alla vaniglia, al miele, alle uova, è importantissima per regalare al panettone il suo inconfondibile bouquet aromatico».

NOEMI DESIRÉE AMATO
«IO BARLADY? CE L'HO NEL SANGUE»

Studentessa di informatica, poi laureata, non ha resistito alla tradizione dell'accoglienza che è radicata nella sua famiglia e si è buttata nel mondo bar, forte del sostegno dei colleghi di Abi Professional

Abbiamo incontrato **Noemi Desirée Amato** una sera a cena con un gruppo di barman della Valle d'Aosta. Rapiti dal suo entusiasmo, le abbiamo posto qualche domanda sulla sua vita di barlady. È nata al lavoro, Noemi. I suoi genitori hanno gestito per 20 anni una pizzeria. Sincera e schietta come tutti i piemontesi, lei è nata a Giaveno e tuttora abita a Pinerolo. Ha vissuto l'infanzia tipica dei figli d'arte, che guardano con ammirazione il padre che impasta e la madre che prepara. Ancora oggi la pizza è il piatto preferito di Noemi. Le origini campane dei genitori le hanno permesso di rivivere le tradizioni di quei luoghi: pastiera e casatielli in tavola con tutti i parenti attorno in occasione delle festività comandate. Con questa infanzia serena Noemi diviene grande. Studia, decide di fare Informatica prima, laureandosi poi in Scienze e tecniche psicologiche.

E così, dopo aver lavorato nell'ambito della ristorazione per qualche stagione, arriva a conoscere il Remembeer e inizia a lavorarci. Non a caso questo bellissimo locale di Pinerolo (To) è gestito da Marina Milan, barlady di fama internazionale nonché socia e da poco vicecoordinatrice di Abi Professional Piemonte. Con lei Noemi ha potuto perfezionarsi. Nel futuro, Noemi immagina un locale tutto suo.

Sono in tanti ad aver parlato a Noemi di Abi Professional, associazione a cui Noemi oggi dà fiducia. È diventata socia, portando con sé tanta voglia di costruire. Per Noemi l'associazione «è veramente un territorio di incontro di generazioni e filosofie di miscelazione diverse, tutto in un clima di rispetto reciproco, umiltà e grande passione». E poi ci sono i concorsi, «dove puoi metterti in gioco provando chi sei, cosa hai imparato, incontrando colleghi da tutto il Paese». Ecco perché Noemi consiglia ai giovani che affrontano per la prima volta questa professione di mettersi in contatto con le associazioni di categoria.

L'immagine dinamica di Noemi si sente anche quando le chiediamo cosa ne pensa del futuro del bartending e dell'accoglienza in generale. «Oggi siamo in una realtà che va a "3.000 all'ora", ogni giorno ci sono innovazioni e ogni cosa è di facile fruibilità. La professionalità è come costruire una casa, ci vogliono solide fondamenta per farla stare in piedi. Bisogna formarsi, studiando e aggiornandosi costantemente: materie prime, distillati, tecniche». Ovviamente, «sempre con uno spirito di umiltà e cortesia verso il cliente». cod 71004

MOLINO VIGEVANO
CORSI ONLINE PER COSTRUIRE FORMAT DI SUCCESSO

Molino Vigevano non lascia i ristoratori soli ad affrontare la difficile situazione legata alla pandemia. A ottobre ha tenuto un corso su tematiche chiave per la creazione di un business di successo

Ci troviamo di nuovo a vivere una situazione di emergenza a causa del Covid-19, che ci accompagnerà con ogni probabilità anche per i prossimi mesi. L'aumento dei casi positivi al virus ha infatti spinto le istituzioni ad una nuova stretta sulle attività ristorative, per evitare assembramenti e il dilagare del contagio.

In questo contesto, Molino Vigevano non lascia i ristoratori soli ad affrontare una situazione imprevedibile. Dal 19 al 22 ottobre infatti si è tenuto il primo corso online di "OMA - Oro di Macina Academy", la business school della ristorazione ideata da Molino Vigevano, dal titolo "Le basi per costruire un format di successo: focus sull'Italia". Il corso ha affrontato numerose tematiche chiave nella creazione di un business di successo tra cui:

- **FATTIBILITÀ ECONOMICA** - La stesura di un business plan, contenente in primis una parte descrittiva dell'idea ma poi anche dei numeri e delle proiezioni economico-patrimoniali in grado di sostenere il proprio progetto. Spesso accade infatti che ci si innamori della propria idea, senza valutarla con un sano spirito critico e imprenditoriale
- **GEOMARKETING** - Prima di aprire un'attività occorre capire da chi siamo circondati. Quanti sono i nostri competitor e che volume di affari generano? Cosa offrono e come attirano il proprio target? A che ora c'è un afflusso maggiore nei loro locali? Domande a cui si può rispondere sia visitando di persona le attività della concorrenza, studiando i dati riportati sugli scontrini ma anche da remoto, scaricando online i bilanci societari.
- **COERENZA** - Locale fisico e comunicazione social devono andare di pari passo ed essere in linea con lo spirito e l'idea di locale. C'è però un terzo elemento che si integra a questi due: la formazione del personale. I collaboratori incarnano in prima persona il tone of voice dell'attività e sono i primi a trasmetterla ai clienti: in virtù di ciò, ci si deve assicurare che essi abbiano compreso il format proposto e che siano in grado di rispettarlo, nello svolgimento del loro lavoro.

Il corso ha riscosso la soddisfazione dell'aula, composta sia da ristoratori decennali che da persone che hanno deciso di cambiare vita investendo nella realizzazione di un'attività ristorativa. Il progetto di Oro di Macina Academy non si ferma però qui! Altri corsi saranno presto disponibili per ampliare le proprie competenze manageriali in materia di comunicazione, business plan, gestione dei costi, magazzino e molto altro. cod 70938

Per informazioni:
www.orodimacinaacademy.com

SPIEGELAU, NACHTMANN E ROYALE

QUALITÀ ALLA PORTATA DI TUTTI

Angelo Fanfarillo

Si completa l'offerta di Royale, ormai uno degli ultimi brand di produzione 100% made in Italy e leader mondiale nella modellazione di porcellana per uso professionale. Da gennaio 2021 affiancherà alle proprie "apparecchiature" e assortimento generale, forte dell'acquisizione per il mercato italiano della rinomata fabbrica Bonnà Porcelain (definito dagli esperti di settore il "casual dining" per eccellenza), anche due delle vetrerie internazionali più conosciute dagli operatori del settore: Spiegelau e Nachtmann.

Abbiamo chiesto ad **Angelo Fanfarillo**, direttore generale del gruppo, di raccontarci qualcosa in più su questo accordo importantissimo per il settore Horeca: «La voglia di lavorare con Spiegelau e Nachtmann nasce con un solo obiettivo: permettere al cliente che usa la nostra porcellana (sia essa di nostra produzione oppure selezione) di abbinare calici e bicchieri in linea con il tar-

Spiegelau e Nachtmann, due delle vetrerie internazionali più conosciute dagli operatori dell'Horeca, entrano nella grande famiglia Royale. Calici e bicchieri frutto di una attenzione massima al dettaglio

get Royale. Vogliamo far capire che un calice Spiegelau oppure un bicchiere Nachtmann può essere scelto da chiunque, da un ristorante stellato a un hotel di lusso, fino alla trattoria di paese».

«Per fare dei nomi - continua Fanfarillo - WineLovers e Style, realizzati sempre in Germania e con le tecnologie più avanzate, rappresenteranno il nostro "entry-level", andremo a presentare il prodotto anche alle case vinicole di riferimento nazionale, sarà una sfida importante ma con l'intento di "alzare" ancora di più l'attenzione verso il dettaglio, ahimè in alcuni casi e nel corso degli anni un po' penalizzato dalla "corsa al prezzo"».

«È un progetto a cui tengo molto - aggiunge Fanfarillo - perché ritengo che un vino di prestigio debba essere degustato in un calice altrettanto di rispetto. I marchi fanno parte di Riedel: inutile sottolineare l'importanza che da sempre la famiglia ripone nella sensibilizzazione ed educazione da trasmettere all'utilizzatore. Sempre dal punto di vista commerciale e strategico, lavoreremo in parallelo con una serie di rivenditori autorizzati per ogni provincia, coprendo invece la regione con una agenzia di riferimento. Dobbiamo essere rapidi nel capire le tendenze del mercato e muoverci con la fabbrica sulle esigenze dei singoli account».

Nell'ultimo anno sono state presentate 5 linee: Lifestyle, Novo, HighLine, Milano e Classix. Ogni collezione esprime un concetto, un vissuto: si passa dal "gioco ottico e virtuale" di Lifestyle fino ad arrivare al vintage retrò degli anni '60 di Classix.

«Difficile raccontare lo splendore e la meraviglia degli articoli Spiegelau e Nachtmann - assicura Fanfarillo - il vetro va "toccato" e "osservato". Ogni singola referenza viene controllata prima da un lettore ottico di forma e capacità e infine da un operatore che ad "occhio nudo" verifica i singoli pezzi».

«Come le nostre porcellane SuMisura - conclude - non possiamo lasciare nulla al caso, l'attenzione al dettaglio è prerogativa fondamentale del gruppo ed è indispensabile mettere davanti a tutto la qualità». cod 71176

Royale
via Del Seprio 40/A - 22074 Lomazzo (Co) - Tel 02 96779645
www.royale.it

LE CHICCHE DI COLTELLERIA COLLINI PER GLI AMANTI DEL VINO

“Clef du vin” e “Twist” sono due delle tante proposte dedicate agli amanti del vino, professionali e non. Il primo è un misuratore del potenziale di invecchiamento, il secondo un decanter istantaneo

A detta degli esperti la vendemmia 2020 si prospetta abbondante e di qualità. Bianco, rosso o rosé, fermo o mosso, dolce o secco, ognuno ha il suo vino preferito e non bisogna per forza essere sommelier per apprezzare una buona bottiglia. Per questo motivo Coltelleria Collini ci accompagna alla scoperta delle proposte e delle offerte dedicate alla degustazione del nettare degli dei.

Di sicuro interesse, per la propria casa oppure come idea regalo, è “Clef du vin”, uno strumento innovativo, realizzato in una lega di 82 diversi metalli assemblati e lavorati con metodi molto particolari. Si tratta di un oggetto unico e ludico, è uno strumento di misurazione che permette di conoscere istantaneamente la capacità di conservazione del vino, il suo potenziale di invecchiamento.

Un ospite inatteso che si ferma a cena non vi ha dato abbastanza tempo per lasciar decantare quel buon rosso che pensavate di stappare per l’occasione? Niente paura: Host propone il decanter istantaneo “Twist”, un aeratore regolabile grazie al quale è possibile ossigenare da 1 a 6 ore il vino in base alle sue caratteristiche, il tutto nel tempo che si impiega a versare il vino nel bicchiere.

Questi e tantissimi altri prodotti si possono trovare nel negozio di Coltelleria Collini a Busto Arsizio (Va) oppure sul sito **www.collinishop.it**.

cod 70823

Coltelleria Collini
via F. Cavallotti 1 - 21052 Busto Arsizio (Va) - Tel 0331 632686
www.collinishop.it

IL FUTURO È... ADESSO

IN TAVOLA LA ECO-COLLECTION "NO.W!"

Ha alle spalle una storia ultrasecolare, ben 252 anni. Fondata nel 1768, Revol è una delle più antiche aziende di porcellana in Europa. Un albero genealogico che vanta prodotti esclusivi, che riflettono gli alti standard tecnici ed estetici raggiunti dall'azienda. Materiali, colori, innovazione e ricerca costante sono alla base di tutte le creazioni realizzate a mano dagli artigiani di talento che animano lo stabilimento di Saint-Uze, nel cuore della Drôme, in Francia. Precisione, meticolosità, tradizione, ma anche spirito audace, che sa guardare oltre.

Come nel caso della collezione "Caractère", che si manifesta già dal nome. Realizzata per celebrare il 250° anniversario dell'azienda transalpina (a conduzione familiare), questa linea dona "carattere" alla tavola al primo colpo d'occhio. Presenta un design fatto di linee pulite, forme minimali, guizzi di creatività mai invadenti affidati a tratti "grezzi", a colori non usuali e a dettagli incisivi. E poi un ulteriore salto di qualità grazie a imperfezioni volute e a cromatismi singolari.

Ivan Pierinelli

Questo è lo stile contemporaneo, libero, di Revol. Una carica creativa e uno spirito che si confermano nella più recente interpretazione della tavola rappresentata dalla linea "No.W!". Una collezione che a monte riporta un pensiero profondo e di estrema attualità. Una collezione che è un messaggio rivoluzionario, una virata, un cambiamento anche nella cultura della mise en place. No.W! è una eco-collection, una gamma fatta a mano, semplice, sottile e durevole, ma anche una delle più robuste e funzionali per chef professionisti. Uno strumento che è un messaggio e non può mancare nella ristorazione responsabile ed ecologica, dove trova un posto speciale in cucina e sulla tavola.

Una gamma esclusiva firmata Revol, una delle più robuste e funzionali per i cuochi professionisti. Una ceramica che nasce da un processo di riciclo che purifica l'acqua e la restituisce alla natura

Per contribuire alla conservazione delle risorse del pianeta, infatti, Revol ricicla i propri effluenti di produzione al fine di ridurre notevolmente l'acqua e le materie prime minerali necessarie per realizzare la sua porcellana. L'obiettivo (raggiunto) è stato quello di essere la prima realtà a offrire al settore alberghiero e alla ristorazione prodotti "eco-progettati" realizzati con paste ceramiche e smalti riciclati. Revol sta correndo nella sostenibilità.

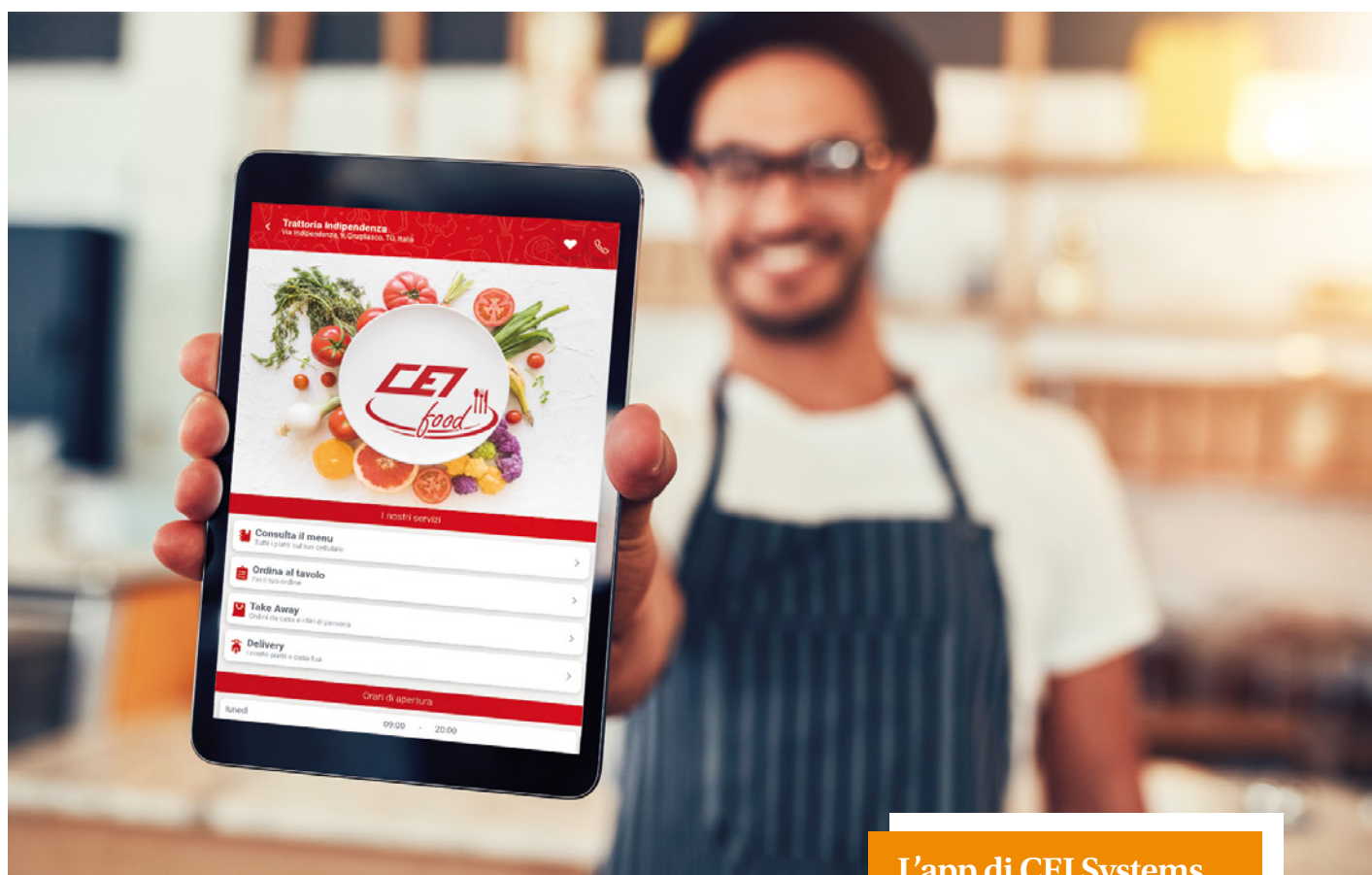
«Con il suo processo di riciclo, da cui nasce No.W!, Revol purifica l'acqua per restituirla alla natura e recuperare la materia minerale in sospensione, dalla pasta e dagli smalti, per fare una nuova pasta ceramica con le stesse proprietà tecniche delle altre», spiega **Ivan Pierinelli**, responsabile vendite di Ros. «Una posizione pionieristica nel mondo della ceramica innovativa. Il riciclo è il risultato di un rivoluzionario modo di trattare i rifiuti industriali. Questa nuova tecnologia è stata brevettata».

Revol, con la sua nuova collezione dal design ecologico No.W!, invita a partecipare al formidabile slancio collettivo che soffia in tutto il mondo. "Ora!" (o mai più) è una sfida perché si uniscano le forze nella creazione di economie sostenibili per il bene del pianeta. Anche in cucina, anche a tavola.

cod 70828

Ros Forniture Alberghiere
via Don Lorenzo Milani 1 - 24050
Zanica (Bg) - Tel 035 670299
www.ros.bergamo.it

GESTIONE ORDINI PIÙ SEMPLICE CON L'APP CEI FOOD

L'app di CEI Systems permette ai clienti di effettuare in modo rapido e comodo sia gli ordini delivery che take-away. Nessuna commissione per gli esercenti e gestione degli ordini direttamente dalla cassa

Take-away e delivery hanno decisamente avuto un ruolo da protagonisti in questo ultimo anno. Volenti o nolenti, infatti, i ristoratori si sono dovuti reinventare per continuare a lavorare e offrire ai propri clienti una continuità di servizio. Tanti oltre ad un'esigenza hanno attivato un nuovo servizio da offrire ai clienti, scoprendo una nuova forma di business. Tuttavia, mentre per qualcuno questa nuova modalità di servizio è stato un inizio, per tanti non è stato facile comprendere quale fosse il metodo migliore per avviare le consegne a domicilio e l'asporto.

Uno dei primi passi è stato capire come gestire gli ordini. Alcuni si sono affidati a piattaforme di delivery conosciute, che però comportano un costo all'esercente il quale deve ben comprendere se riesce a rimanere nei margini di guadagno. Altri hanno preferito gestire in autonomia sia il take-away che il delivery dovendo però affrontare una coordina-

zione non sempre facile con ordini in arrivo telefonicamente, su app di messaggistica o altri metodi alquanto difficili da gestire in concomitanza.

Cei Food, l'app innovativa di Cei Systems

La soluzione che offre CEI Systems per continuare a rispondere alle esigenze dei gestori è l'app CEI Food. CEI Food permette ai clienti di ordinare comodamente dall'app sia gli ordini delivery che take-away senza commissioni aggiuntive per gli esercenti, e con una comoda e facile gestione degli ordini direttamente dalla cassa. Con l'app CEI Food infatti il gestore riceve tutti gli ordini direttamente dall'app sulla cassa, divisi in base alla tipologia di servizio, asporto e consegne a domicilio, e con tutte le informazioni importanti in chiaro: nome, numero di telefono, indirizzo ed eventuali note aggiuntive e allergie.

Una volta arrivato l'ordine in cassa il ristoratore conferma l'ordine e viene inviato un messaggio di notifica push al cliente. Durante la conferma è possibile modificare l'orario di consegna che verrà indicata al cliente nel messaggio di notifica sul proprio smartphone.

Una volta confermato l'ordine si inviano i piatti da preparare sulle stampanti nei diversi punti di preparazione, come cucina, pizzeria, bar, ecc., così si può da subito iniziare a preparare la linea di lavorazione.

Inoltre, potrebbe sembrare una cosa banale ma il menu che si propone nel locale non può essere replicato e proposto identico a quello utilizzato per l'asporto o le consegne a domicilio, sia per una questione organizzativa che per garantire un'adeguata qualità dei piatti. Grazie al servizio di take-away e delivery dell'app CEI Food collegata alla cassa diventa molto più semplice organizzare due o più menu diversi da proporre ai clienti. Nel menu per il take-away e delivery si possono selezionare solo alcuni prodotti che sono idonei allo spostamento e ad essere serviti e consumati a casa o in un posto diverso dal ristorante o dal bar.

Dalla gestione dei menu sulla cassa si possono selezionare i prodotti da mostrare sull'app, che vengono memorizzati e inviati nell'immediato sull'app. I piatti mostrati si possono modificare in ogni momento, anche durante l'orario di apertura, così nel caso qualche prodotto finisse si può deselezionare e rendendolo non visibile e quindi non ordinabile dall'app per evitare eventuali scontenti.

La gestione si semplifica

Grazie all'app CEI Food si semplifica e snellisce tutto il processo di gestione del take-away e delivery, così non rimane altro che doversi occupare della preparazione degli ordini. Inoltre dall'app i clienti hanno una panoramica completa del locale, con immagine di copertina, orari di apertura, numero di telefono e indirizzo, utile per le ordinazioni d'asporto così i clienti trovano facilmente le indicazioni per il locale. Al servizio take-away e delivery inoltre si possono aggiungere il menu digitale, che come detto può essere più completo e ampio rispetto al menu che si utilizza per asporto e consegne a domicilio, e la funzione per gli ordini al tavolo. Due strumenti che renderanno l'app ancora più completa per svolgere con facilità il lavoro nel locale e fidelizzare il cliente che in ogni momento potrà sbirciare e ordinare i suoi piatti preferiti.

cod 70717

CEI Systems
via Indipendenza 9 b/c - 10095
Grugliasco (To) - Tel 011 4081448/456
www.ceisystems.it

ZANINI PORTE
QUALITÀ E DESIGN PER L'ALBERGO MODERNO

Camera Collezione Miramare

Zanini Porte progetta e produce porte per interni, porte hotel tagliafuoco e arredamento per hotel. Qualità e design sono i valori che contraddistinguono Zanini, che realizza i prodotti più prestigiosi per il settore e che vanta oltre 70 anni di attività: l'azienda è nata come una realtà artigianale nel 1946 in provincia di Verona. All'inizio degli anni '80 incomincia ad assumere connotati industriali con i primi 1.000 metri quadrati coperti di stabilimento. Oggi Zanini Porte produce 400mila unità finite nelle proprie fabbriche in un'area complessiva di 60mila metri quadrati.

Porte tagliafuoco

Le porte Zanini sono progettate per andare incontro a tutte le esigenze di un albergo moderno: l'abbattimento acustico è ormai un parametro fondamentale, mentre la resistenza al fuoco

Dalle porte agli arredi, dai pavimenti ai rivestimenti, l'offerta dell'azienda veronese è ampia e presenta soluzioni personalizzabili per ogni tipo di struttura. Il prossimo anno aprirà un nuovo centro espositivo

e la tenuta ai fumi in caso di incendio sono un obbligo di legge, così come l'uso dei sistemi di autochiusura e antipanico. La durabilità della porta è un altro argomento importantissimo perché un investimento in prodotti di qualità deve durare nel tempo.

Le porte Zanini uniscono tutte queste funzioni in un solo prodotto dalla resa estetica eccezionale e personalizzabile a piacere: possono essere infatti utilizzate tutte le finiture in TSS antigraffio così come le impiallacciature in legno, i laminati HPL e le laccature in qualsiasi colore. Le prove di resistenza al fuoco sono eseguite esclusivamente presso laboratori abilitati secondo le norme europee di riferimento per la resistenza al fuoco, la tenuta ai fumi sa e l'abbattimento acustico. Le certificazioni Zanini sono riconosciute anche all'estero grazie alle validazioni dei maggiori enti internazionali di certificazione (Efectis per la Francia, VKF per la Svizzera, Exova per il Regno Unito, UL per gli Stati Uniti, il Canada e i Paesi del Golfo).

Dettaglio Camera Collezione Rialto

Arredo hotel

Le collezioni d'arredamento abbinate alle porte tagliafuoco sono disponibili in tutte le finiture, creando così un coordinamento estetico e funzionale indispensabile per la progettazione degli interni di strutture alberghiere. I mobili per le stanze sono progettati in sistemi modulari, flessibili e integrabili e i materiali utilizzati sono altamente resistenti e proposti in diverse finiture a seconda dello stile della camera.

Ai vantaggi garantiti dalla produzione industriale in termini di affidabilità, prestazioni e prezzo si aggiunge una grande possibilità di personalizzazione, infatti tutte le collezioni d'arredo possono essere prodotte a seconda delle richieste: diverse imbottiture di testate letto, illuminazione a led integrata, armadi e contenitori aperti o con diverse chiusure, battenti o scorrevoli.

I mobili per il bagno sono progettati applicando le ultime novità estetiche e costruttive, considerando la specificità dell'ambiente. L'utilizzo di materiali idrorepellenti per le porte dei bagni e i mobili garantiscono un eccezionale standard di durata. L'abbinamento tra la funzionalità delle porte tagliafuoco e l'arredo in una soluzione omogenea e unica, rispettando le ultime tendenze e gli standard produttivi, è una garanzia di livello qualitativo decisamente superiore nel contesto dell'arredamento per l'ospitalità.

Porta Hotel tagliafuoco con l'illuminazione LED

Nuovo centro espositivo

Da gennaio 2021 Zanini aprirà a Verona (in prossimità dell'uscita dell'autostrada Verona Est) un centro espositivo multifunzionale di oltre 1.000 metri quadrati dedicati a tutti i prodotti della propria gamma: porte per interni, porte antincendio, arredo hotel, mobili per il bagno, pavimenti e rivestimenti. Un'occasione per vedere e toccare con mano la qualità delle proposte e tutte le novità di Zanini.

cod 70845

Zanini Porte
Contrada Lorenzi - 37021 Corbiolo
di Bosco Chiesanuova (Vr)
Tel 045 7050988
www.zaniniitalia.com

AMUCHINA PROFESSIONAL IGIENE ASSOLUTA IN LAVASTOVIGLIE

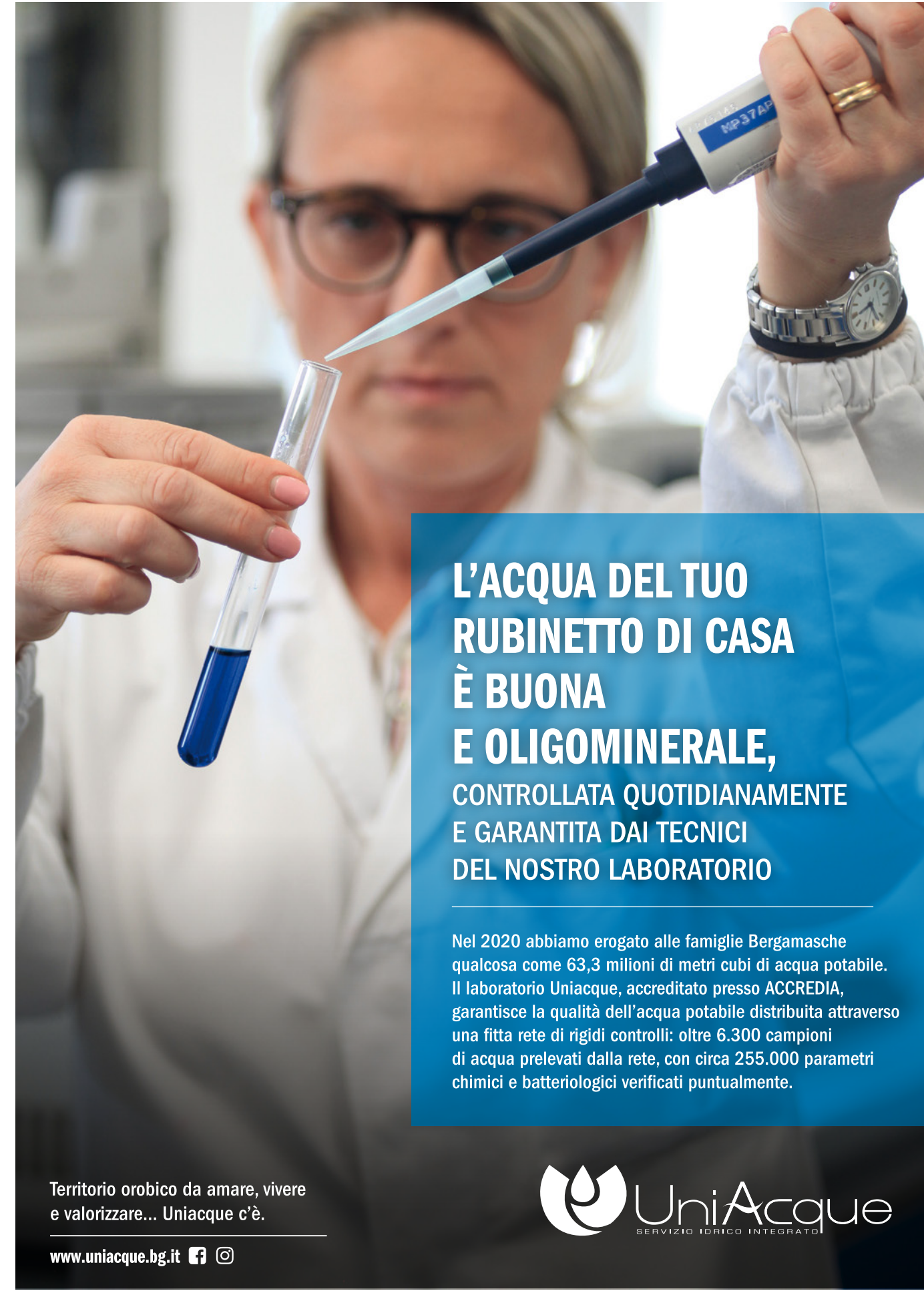
Amuchina Professional, partner di riferimento dell'universo Horeca, da sempre è in prima linea sul fronte dell'igiene nei pubblici esercizi con prodotti dedicati per area e attrezzature. In quest'ambito, per quanto riguarda le lavastoviglie, presenta ai professionisti una linea composta da due detergenti e un brillantante, arricchiti da formule più efficaci e da una nuova grafica, chiara e immediata. Un rilancio che vuole rimarcare l'importanza della pulizia in questa specifica area operativa.

La pulizia "apparente" è infatti un elemento da non sottovalutare in quanto si corre il rischio di contaminazione batteriche dovute a residui di cibi o liquidi invisibili, ma presenti, su piatti, bicchieri e stoviglie. Con la sua rinnovata linea per lavastoviglie, Amuchina Professional va alla radice del problema pulendo e igienizzando a fondo le stoviglie, impedendo così ai microrganismi di svilupparsi.

Detergenti

Due nuove referenze, studiate per combinarsi al meglio con la durezza dell'acqua: un prodotto per acque con durezza fino a 32°F, uno per acque con durezza fino a 45°F. Entrambi sono caratterizzati da formule eco-friendly: non contengono EDTA (acido tetracarbossilico) né cloro né fosfati. Sono compatibili con tutte le macchine lavabicchieri, lavabar e lavastoviglie frontali. Entrambe le formule sono ad alto potere alcalinizzante e garantiscono una totale e profonda eliminazione dei residui di grasso e unto, assicurando igiene e pulizia professionali anche in presenza di acque dolci e di media durezza. Esercitano una forte azione igienizzante, smacchiante, detergente e saponificante a schiuma controllata. Evitano la formazione di incrostazioni calcaree preservando le parti metalliche della macchina.

Brillantante

Garantisce risultati professionali nel lavaggio meccanico di piatti, bicchieri e stoviglie in genere con acque caratterizzate da bassa presenza di sali insolubili. È un additivo neutro ad alta concentrazione studiato per assicurare stoviglie splendenti alla fine di ogni ciclo di lavaggio. È un coadiuvante di lavaggio concepito per donare a piatti, posate e bicchieri una rapida azione autoasciugante. La formula altamente concentrata a base di tensioattivi non ionici a bassa schiumosità permette di rimuovere tracce di sporco evitando la formazione di aloni e striature sulle stoviglie. Una formula potenziata per un'asciugatura ancora più rapida. Vanta un pH neutro. Si consiglia l'impiego con acque dolci, addolcite e/o osmotizzate. cod 62165

Amuchina Professional
via Vecchia del Pinocchio 22 - 60131
Ancona - Tel 071 809809
www.amuchina.it

BOCUSE D'OR
PENTOLE AGNELLI A FIANCO DI ALESSANDRO BERGAMO

Viviamo in un mondo e in un contesto di cucina italiana dove, a livello professionale, non ci sono più "sconti" per nessuno. Il sistema a cui appartengono i cuochi e in cui essi operano come professionisti richiede sempre più competenza, flessibilità, performance elevata e, soprattutto, una costante misurazione "oggettiva". Pentole Agnelli nel 2002 in seno all'azienda a Lallio (Bg) ha creato proprio il Centro Ricerca e Formazione Saps Agnelli Cooking Lab, per divulgare questa cultura, divenendo in pochi anni punto di riferimento per molti giovani cuochi professionisti. Alla base l'idea che per ogni ricetta, quindi per ogni differente tecnica di cottura, debba esserci una scelta ben precisa della pentola da utilizzare, arrivando a coniare addirittura l'espressione "strumento di cottura" proprio per accentuarne la funzione imprescindibile.

Lo sa molto bene il Team Italia che per la grande impresa internazionale di Tallinn (la finale europea del concorso internazionale Bocuse d'or) ha scelto Pentole Agnelli per competere e qualificarsi alla finale mondiale di Lione. Sia durante gli allenamenti in Italia che nella finale di Tallinn (e in futuro anche nelle attività che porteranno alla finale di Lione), le Pentole Agnelli sono state le attrezzature a disposizione per le preparazioni dello chef Alessandro Bergamo, e del suo commis Francesco Tanese. Il Team Italia che ha concorso al Bocuse d'or Europa comprendeva inoltre lo chef Lorenzo Alessio (team coach), Filippo Crisci (vice coach), Graziano Patanè e Andrea Monastero (helpers). Tutti appartengono alla Federazione italiana cuochi.

Una performance in cui Alessandro Bergamo col suo team ha dato dimostrazione di professionalità, realizzando due esemplari piatti che lo porteranno alla finale internazionale: la Roulade di coniglio, sfogliatella di rapa agli agrumi con semi di senape fermentati, salsiccia di Bra, mela e rapa al Martini, tartelletta topinambur e caffè, rillettes di coniglio in sfoglia di patate e semolino; e la Terrina di sgombro con salsa all'aceto di scalogno e aneto, purea di carciofo e Cynar, tartelletta broccolo e nasturzio, raviolo di rapa, patata e frutto della passione.

Abbiamo intervistato i due principali protagonisti sull'importanza degli strumenti di cottura.

Tecnica, precisione, puntualità, ordine, disciplina, concentrazione sono alcune delle caratteristiche che occorre avere per affrontare una competizione

di cucina. Quanto ti hanno aiutato in questa competizione gli strumenti di cottura di Pentole Agnelli?

Alessandro Bergamo: Conoscendo la passione per la cucina e la continua ricerca della qualità che hanno portato Pentole Agnelli a diventare un marchio affermato in tutto il mondo, mi hanno subito fatto sentire più tranquillo. Sapevo di poter contare su un'azienda che ha nel suo Dna i fondamenti dell'arte culinaria ed è riuscita a tradurli sempre in prodotti che rispondessero alle necessità di professionisti esigenti. Per questa competizione necessitavamo di strumenti di cottura in grado di esaltare oltre che la creatività anche il gusto, messi a dura prova durante la competizione. Le Pentole Agnelli si sono rivelate ancora una volta le migliori alleate per raggiungere il successo, perché mi hanno dato la possibilità di esprimere al meglio le mie preparazioni, costituendo un elemento essenziale, tanto quanto gli ingredienti, nella riuscita dei miei piatti.

La professionalità acquisita in tanti allenamenti e gare, anche con la Nazionale italiana cuochi, ti ha insegnato il corretto utilizzo di forme e materiali degli strumenti di cottura nel rispetto della materia prima che si cucina. Quanto sei riuscito a trasmetterla ad Alessandro Bergamo?

Lorenzo Alessio: Il mio percorso professionale mi ha permesso negli anni di approfondire sempre di più vari aspetti del nostro mestiere, tra questi gli strumenti di cottura. Sicuramente Pentole Agnelli, che sostiene la Federazione italiana cuochi, la Nic e oggi anche l'Accademia Bocuse d'or Italia, ha avuto un ruolo molto importante, in quanto tutti i quesiti e le curiosità legati agli strumenti di cottura, dalle fasi di produzione di una pentola ai materiali alla capacità di condurre il calore, dalle leggi di riferimento dei materiali a contatto con gli alimenti alla sicurezza igienica, passando per le forme e gli impieghi in cucina, mi hanno aiutato molto negli anni e hanno contribuito a farmi raggiungere i risultati che ho ottenuto fino ad oggi, sia nella mia attività professionale di chef che in quella di team coach dell'Accademia Bocuse d'or Italia. Quando ho conosciuto Saps Agnelli Cooking Lab e i suoi seminari formativi legati a questa scienza, ho iniziato a prendere maggiormente in considerazione quanto siano importanti le differenze e le peculiarità di ciascuno strumento di cottura. Spesso noi cuochi tendiamo a non considerare così importante uno strumento di cottura ma in realtà ha la stessa importanza dei prodotti che utilizziamo in cucina, quindi posso affermare che gli strumenti di cottura fanno la differenza durante le preparazioni, consiglio di sceglierli con cura. Alessandro, come tutti i migliori chef, tiene tantissimo alla materia prima ed è ben consapevole quanto uno strumento di cottura possa influire sulla buona riuscita di una ricetta, non a caso per la sfida professionale più importante della sua carriera ha scelto Pentole Agnelli.

> «Questo risultato ci rende particolarmente orgogliosi come italiani perché ha un alto valore qualitativo, soprattutto tecnico e professionale. È per noi una grande soddisfazione aver fornito al Team Italia le nostre pentole»
>
> *Angelo Agnelli*

A queste parole fanno eco quelle di **Angelo Agnelli**, patron dell'azienda Pentole Agnelli: «Voglio complimentarmi con lo chef Alessandro Bergamo, con tutta la sua squadra e con l'organizzazione dell'Accademia Bocuse d'or Italia, oltre che con la Federazione italiana cuochi. Questo risultato ci rende orgogliosi come italiani perché ha un alto valore qualitativo, soprattutto tecnico e professionale. È per noi una grande soddisfazione aver fornito al Team Italia le nostre pentole, a testimonianza della nostra attenzione alla professione dei cuochi e alle loro preparazioni. L'impegno dimostrati a Tallinn dalla squadra durante questa competizione confermano che nel 2002 avevamo visto giusto creando Saps Agnelli Cooking Lab, il Centro di Ricerca e Formazione che è a disposizione di tutti i cuochi che vogliono crescere anche culturalmente». cod 70834

FILIERA CERTA CONTRO PLAGI E SPRECHI COSÌ FOODCHAIN "PROTEGGE" IL CIBO

di ***Mariella Morosi***

Innovazione e trasparenza nell'agroalimentare al servizio dei consumatori e degli attori della filiera: è quanto si propone la Foodchain di Lomazzo (Co) nata nel 2016, attraverso l'applicazione della tecnologia blockchain (letteralmente catena di blocchi) sempre più applicata in progetti di tracciabilità. È una sorta di registro digitale in cui le voci sono raggruppate in blocchi concatenati in ordine cronologico, accessibili e condivisibili ma non modificabili: un sistema per conservare i dati in modo permanente, sicuro e inalterabile.

Foodchain opera come integratore di sistema attraverso la collaborazione tra professionisti di vari ambiti e si propone come strumento affidabile, capace di tracciare informazioni e condividerle nel rispetto delle norme di legge e delle esigenze aziendali. I vantaggi sono quelli di rendere impossibile la contraffazione, garantire la sicurezza alimentare e limitare gli sprechi dovuti a inefficienze logistiche.

L'azienda utilizza in particolare la blockchain Quadrans, un ecosistema pubblico, decentralizzato e open source che garantisce la possibilità, mediante smart contract, di impostare privilegi di accesso alle informazioni personalizzati (privato, condiviso, pubblico) a seconda delle esigenze comunicative degli attori di filiera. C'è anche la possibilità di condividere flussi di informazioni per migliorare la struttura organizzativa dell'intera catena ed evidenziare immediatamente tutta l'evoluzione del prodotto dalla progettazione al consumo. Il consumatore potrà prendere visione di questo "passaporto digitale" del prodotto, accessibile scansionando un semplice codice QR.

Ma quanto sono sensibili le aziende italiane, soprattutto le medie e piccole, all'applicazione di questa tecnologia? Ne parliamo con **Marco Vitale**, ideatore e ceo della startup.

L'azienda comasca ha sviluppato un sistema con la tecnologia blockchain, in grado di tracciare gli alimenti lungo tutta la filiera. Una garanzia a tutela del Made in Italy nel mondo

Perché nel 2016 siete partiti proprio puntando sulle potenzialità della tecnologia blockchain nel food e nell'agroalimentare?

L'idea dietro a Foodchain nasce già nel lontano 2011. Ero in Australia per visitare mio fratello quando due "stimoli" hanno innescato in me una grande curiosità. In primis, quello era proprio il periodo in cui si iniziava a parlare di Bitcoin, una nuova cripto-valuta basata su questa innovativa tecnologia, la blockchain. Secondo, ho potuto toccare con mano nei supermercati australiani dei prodotti alimentari "Italian sounding": pizze "calabresi" guarnite con prosciutto cotto e ananas e prosciutti di dubbia provenienza marchiati made in Italy. Così ho iniziato a riflettere ad una soluzione per tutelare il Made in Italy in campo agrifood, magari proprio grazie all'utilizzo della sopracitata tecnologia blockchain e studiare un modo per applicare le caratteristiche di trasparenza e tracciabilità tipiche della blockchain al settore agroalimentare.

Perché la scelta in particolare della piattaforma Quadrans?

Foodchain nasce inizialmente su Bitcoin, tramite la notarizzazione classica su blockchain. Ma ci siamo resi conto subito che questo modello non era economicamente sostenibile e siamo passati alle sperimentazioni sull'infrastruttura Ethereum che presentava più funzionalità, tra cui gli smart contract che permettono di effettuare tutti i passaggi necessari. Tuttavia, dopo poco, anche la sostenibilità economica di questo nuovo modello di business si è dimostrata inattuabile (prevedeva l'acquisto di cripto-valute da parte delle aziende, ed Ethereum ha subito un'impennata nel 2017 quando ha raggiunto 1.500 dollari e un elevatissimo costo di transazione). Questo non ci ha fermati e tra la fine del 2017 e l'inizio del 2018 c'è stato un vero e proprio pivoting.

Marco Vitale

L'occasione ci si è presentata con l'incontro di Massimiliano Sala, full professor di Algebra all'Università di Trento, che ci ha fornito un'opportunità unica: creare una blockchain dedicata alle applicazioni industriali. Nasce così la Fondazione Quadrans con l'ambizioso obiettivo di costruire un'infrastruttura globale, aperta, inclusiva, pubblica, decentralizzata e indipendente.

Quanti utilizzano oggi Foodchain e con quali costi?

Siamo dei veri e propri "facilitatori" all'avvicinamento della blockchain. Forniamo tutti gli strumenti necessari (accessibili tramite web browser, internet, o integrazioni con software gestionali e IoT) per permettere alle aziende di raggiungere l'obiettivo minimo cioè quello di creare una carta d'identità del prodotto: un passaporto digitale che possa raccontare tutta la storia di un prodotto agroalimentare. Abbiamo un numero discreto di clienti, di diversa natura... dai più piccoli a quelli più grandi. Il costo del nostro servizio dipende ovviamente dalla tipologia di integrazione che si vuole effettuare in azienda e i costi vanno da qualche centinaio di euro a progetti molto più complessi che hanno costi ben più importanti.

Quali potrebbero essere le opportunità offerte dalla tecnologia blockchain per affrontare la grave crisi economica per l'emergenza Covid?

Foodchain ha annunciato recentemente una nuova partnership con Ali-Autonomie locali italiane per la creazione del PA-Team Research, un "laboratorio d'innovazione" per facilitare la digitalizzazione degli enti pubblici. Contiamo di dedicarci allo studio e allo sviluppo di sistemi dedicati all'automatizzazione di processi complessi delle azioni amministrative. In un momento come questo, l'Italia ha bisogno della spinta del digitale per sormontare una grande crisi economica ma non solo, servono nuove piattaforme per lo smart working, nuovi sistemi di votazione "a distanza" che siano sicuri e affidabili, nuovi metodi di pagamento elettronici per ridurre al minimo l'uso del contante, che può essere fonte di trasmissione del virus. cod 70963

CAPSULE COLLECTION LEDIVINE
LA FARINA... IN UN NUOVO FORMATO

Autunno ricco di novità per Molino Dallagiovanna. In occasione dell'ultimo Meet Massari Digital Edition 2020 è stato presentato il nuovo formato da 1 kg della linea leDivine, ottenuta da una selezione di grani pregiati nazionali. La linea è composta da tre straordinarie farine di grano tenero 00, i cui nomi si ispirano alle Dive del cinema italiano e alle donne: Sofia per le lievitazioni brevi, Monica per le medie e Anna per le lunghe. Per celebrare il lancio del nuovo formato Molino Dallagiovanna ha creato la **Capsule Collection leDivine**, #capsuledivine, una preziosa confezione che contiene tutte e tre le farine leDivine in edizione limitata, acquistabile online sull'e-shop **www.shopdallagiovanna.it**. La Capsule Collection leDivine sarà protagonista anche dell'evento dedicato al Natale con Daniele Persegani, chef e volto tv, in programma il 18 novembre dalle 18.00 presso la Cooking Academy di Gustincanto a Fidenza. L'evento sarà in diretta sulla pagina Facebook di Molino Dallagiovanna.

L'autunno di Molino Dallagiovanna si colora anche di un'altra novità. Visto il successo della prima stagione, dal 14 ottobre è disponibile la seconda stagione di "**CSI-Crimini sugli impasti**", la web serie realizzata con i tecnici del Molino, Alberto Campagnolo, Fabio Del Sorbo e Mattia Masala. Tutti i mercoledì fino all'11 novembre i tecnici di Molino Dallagiovanna dovranno affrontare e risolvere nuovi delitti in laboratorio sviluppando ricette di dolci, pani e pizze, ed esaminando i tanti possibili errori che si possono commettere durante la preparazione.

Le indagini autunnali riguarderanno Pinsa, Panettone, Pane (rusticone e filone) e Pizza al piatto. Le nuove puntate potranno essere viste nell'area premium Dallagiovanna Plus (**www.dallagiovanna.it/dallagiovanna-plus**), dove sono disponibili anche le puntate dell'edizione estiva, nonché tutte le masterclass delle edizioni 2018, 2019 e 2020 del Meet Massari, che tornerà nella primavera del 2021. cod 70925

Sabrina Dallagiovanna con la Capsule Collection leDivine in occasione dell'ultimo appuntamento Meet Massari Digital Edition (foto: Carlo Fico)

Molino Dallagiovanna
Località Pilastro 2 - 29010 Gragnano Trebbiense (Pc) - Tel 0523 787155
www.dallagiovanna.it

MAIZENA AMIDO DI RISO IDEALE PER LA TEMPURA

Unilever Food Solutions presenta al mondo della ristorazione la nuova gamma Maizena. Brand storico, universalmente riconosciuto nelle cucine professionali per il suo eccellente Amido di Mais, oggi Maizena estende la sua garanzia di qualità a 4 nuovi prodotti gluten free: 3 innovativi Mix Maizena per una panatura subito pronta (nelle varianti 3 in 1, Mediterranea, Gratin) e il rivoluzionario Maizena Amido di Riso.

L'Amido di Riso è un prodotto gluten free, incolore e insapore, utilizzato nella preparazione di dolci, crema pasticcera e budini, così come all'interno di impasti di pane, pasta e pizza a cui dona particolare elasticità. Ideale per la tempura, può essere anche impiegato in sostituzione delle uova negli impasti vegani. L'Amido di Riso è disponibile in formato da 600 g.

Qui la ricetta della Tempura di verdure, pecorino e gamberi con Maizena Amido di Riso e Maizena Amido di Mais di Giuseppe Buscicchio, executive chef Unilever Food Solutions, tratta dal Ricettario Maizena scaricabile dal sito **www.unileverfoodsolutions.it**.

cod 70895

Unilever Food Solutions Italia
via Paolo di Dono 3/A - 00142
Roma - Tel 800 480000
www.unileverfoodsolutions.it

Tempura di verdure, pecorino e gamberi in salsa agrodolce di cipolla

Ricetta di Giuseppe Buscicchio, executive chef Unilever Food Solutions, tratta dal Ricettario Maizena scaricabile dal sito www.unileverfoodsolutions.it.

INGREDIENTI PER LA TEMPURA (PER 10 PERSONE)

500 g Maizena Amido di riso, 500 g Maizena Amido di mais, 50 g miele, 700 ml acqua frizzante, 10 cubetti di ghiaccio, 10 g Baking in polvere, sale fino

PREPARAZIONE

- Per la tempura: miscelare tutti gli ingredienti e lasciare riposare la tempura in frigorifero per 3 ore.
- Per la frittura: tagliare tutte le verdure a bastoncini. Passare tutti gli ingredienti nella tempura. Friggere in olio di semi bollente.
- Per la decorazione: servire la tempura di verdure in un vassoio e decorare con la salsa agrodolce alla cipolla.

LE RADICI DEL CIBO

PREZZEMOLO L'ERBA AROMATICA CHE STA BENE DOVUNQUE

di ***Piera Genta***

Il prezzemolo è sicuramente l'erba aromatica più popolare al mondo, ma pochi conoscono le sue proprietà curative e nutrizionali. Originario del Sud Europa, iniziò a essere usato più di 2000 anni fa. I greci lo consideravano in primo luogo un medicinale e solo successivamente una pianta per usi culinari. I romani creavano ghirlande per abbellire le tavole dei banchetti o da appendere al collo durante le feste; veniva utilizzato soprattutto per la sua capacità di rinfrescare l'alito, assorbire gli odori del vino e - così credevano - prevenire l'ubriachezza.

Gli Etruschi lo consideravano una pianta dalle proprietà magiche e per questo ne facevano unguenti miracolosi.

Il suo uso come pianta aromatica si è affermato solo a partire dal Medioevo. Spostandosi verso l'India, la radice secca, l'olio essenziale e l'estratto della pianta trovarono un ampio uso nella medicina ayurvedica. Ohsawa, un antico saggio e filosofo giapponese, padre della macrobiotica, in uno dei suoi scritti affermò: «Una ciotola di prezzemolo crudo tritato non dovrebbe mai mancare sulla nostra tavola!».

Dal colore vivo e brillante, ha un sapore fresco e pungente, con una punta di amaro-piccante e sfumature leggermente salate; eccelle come fonte di sostanze nutritive utili al corpo: vitamine, ferro, calcio, fosforo, manganese, zolfo, beta-carotene, clorofilla, flavonoidi e oli essenziali responsabili dell'aroma e del sapore.

Sul mercato si trova sia in mazzetti (foglie e fusti) che in foglie singole confezionate in sacchetti o in vaschette. Le varietà offerte appartengono a due tipi base: il gigante (Gigante di Napoli) a foglie larghe con lunghi piccioli, e il piccolo (Comune) a foglie minute e dentellate. Il tipo a foglia riccia, poco odoroso e utilizzato in prevalenza come guarnizione, è diffuso pochissimo in Italia, al contrario di quanto accade all'estero. In casa si conserva in frigorifero per alcuni giorni; è adatto al congelamento e anche all'essiccamento, ma in quest'ultimo caso perde parte dei suoi principi aromatici.

È buona pratica gastronomica tritare finemente le foglie per apprezzarne al massimo l'aroma. Viene usato per insaporire insalate, zuppe, creme, minestre, arrosti. In Italia, nel litorale Croato, in Istria, lungo il Quarnero e in Dalmazia, non c'è praticamente ricetta a base di pesce in cui non entri il prezzemolo. È ingrediente essenziale per preparare lo "zimimo", tipico di Liguria e Toscana, lo si ritrova nello "zogghiu", salsa tipica siciliana per insaporire carni o pesci alla griglia, o ancora, nel "bagnet verd" in Piemonte.

Famoso il detto "essere come il prezzemolo", ovvero stare un po' dappertutto, un modo di dire nato dal fatto che il prezzemolo viene utilizzato in maniera versatile in cucina. cod 70859

SALSA DI SOIA KIKKOMAN

PIÙ SAPORE ALLA CUCINA ITALIANA

Develey in collaborazione con lo chef Gregori Nalon ha sviluppato per gli operatori dell'Horeca 18 ricette per diffondere "l'italianità" dei prodotti Kikkoman, ideali per ogni piatto, dall'antipasto al dessert

Develey Italia fa parte del gruppo Develey, realtà presente in 10 Paesi con quartier generale a Monaco di Baviera. Con sede a Lana d'Adige, è il leader di mercato nel segmento dressing e partner di riferimento distributivo a livello nazionale nel mercato delle salse e condimenti. Propone per il mercato Horeca una vasta gamma di prodotti composta da oltre 100 referenze in differenti formati per ogni esigenza: dalle tipiche salse della tradizione, come maionese, ketchup e salsa barbecue, fino a quelle più ricercate. «Develey - spiega **Alessandro Longo**, marketing brand manager dell'azienda - è il distributore ufficiale per il canale foodservice italiano del marchio di salsa di soia Kikkoman. La gamma sviluppa 11 referenze per ogni declinazione gastronomica. Da segnalare le novità salsa Poke e glassa Teriyaki. Poke, corposa e speziata, è l'unione di salsa di soia a fermentazione naturale, succo di limone, olio di sesamo tostato e peperoncino piccante. Glassa Teriyaki esprime un sapore dolce-piccante che deriva dalla combinazione della salsa di soia tradizionale con vino e altre spezie».

Kikkoman, salsa di soia a fermentazione naturale, viene prodotta da più di 300 anni utilizzando 4 ingredienti: acqua, soia, sale e grano tostato. È un insaporitore ideale e versatile per la cucina italiana, perfetto per ogni tipo di piatto. Si presta a diverse tipologie di preparazioni in cucina: dalla marinatura della carne o del pesce alle verdure padellate, fino alla preparazione del gelato.

Develey ha sviluppato per gli operatori Horeca 18 ricette della cucina italiana, dall'antipasto al dessert. Un progetto nato grazie alla collaborazione con lo chef Gregori Nalon, che ha profuso tutta la sua arte per elaborare ricette uniche, eleganti e saporite, sottolineando la versatilità della salsa di soia Kikkoman. Il risultato di questa collaborazione è a disposizione di tutti sul sito dell'azienda.

Su questa linea sono stati pianificati altri progetti. In parallelo allo sviluppo di un ricettario, Develey Italia ha in programma show-cooking sia presso la clientela b2b che per la forza vendita, affinché tutti gli interpreti della filiera siano realmente coscienti della versatilità dei prodotti Kikkoman, assaporando i piatti della tradizione italiana preparati con la salsa di soia. cod 71075

Develey Italia
Zona Industriale 5 - 39011 Lana d'Adige (Bz) - Tel 0473 562500
www.develey.it

NUTRIFREE FOOD SERVICE IL MEGLIO PER L'OFFERTA SENZA GLUTINE E LATTOSIO

Assortimento, qualità, innovazione, servizio. Questi i fattori che caratterizzano l'offerta gluten elactose free di Nutrifree Food Service. La selezione per il canale Horeca è stata studiata per offrire la massima varietà e la totale copertura dei diversi momenti di consumo fuori casa: dalla colazione al pranzo, dall'aperitivo alla cena. Tutti i prodotti Nutrifree nascono in stabilimenti certificati per la produzione esclusiva di prodotti senza glutine e sono garantiti dal marchio Spiga barrata (per il senza glutine) e dal marchio Lfree (per il senza lattosio e senza proteine del latte).

Linea Mix e Farine

Dedicata ai laboratori di cucina, la linea Mix e Farine Nutrifree è una gamma completa e segmentata di miscele equilibrate per la preparazione di panificati e dolci senza glutine e lattosio, disponibili nel formato da 1 kg o da 15 kg. Completano l'assortimento farine in purezza come la farina di riso finissima o la farina di mais finissima e il Pangrattato Nutrifree, apprezzato dagli operatori del settore per l'elevata qualità. Nasce infatti da pane senza glutine prodotto espressamente per essere grattugiato.

Linea Pane

Nutrifree propone un'offerta unica di pane senza glutine e lattosio in formato monoporzione "apri e gusta" per un servizio pratico e sicuro, senza rischi di contaminazione da glutine: dal pane a fette ai panini, dalle piadine alle basi pronte da farcire. Grande apprezzamento per le due novità: Panino Hamburger XL 100 g,panino extra size ed extra soffice in pratico formato monoporzione, e American Sandwich 240 g, 4 maxi fette di pane, ideali da tostare o per gustosi club sandwich.

Linea Prima Colazione

Dedicata al mondo dell'hotellerie, la linea Prima Colazione presenta un ricco assortimento di prodotti monoporzionati e soluzioni espositive per questo momento di consumo: dal Kit Special Breakfast alle nuovissime Brioche farcite monoporzione in 3 varianti di gusto nel pratico espositore.

cod 71069

Nt Food
via della Galeotta, loc. Tei 6/c - 55011 Altopascio (Lu)
Tel 0583 216383 - **foodservice.nutrifree.it**

I SUGOSI
PROTAGONISTI DEL RICETTARIO DI NATALE SURGITAL

Proposte inedite e gourmand, dall'antipasto al dolce, per un menu natalizio senza sprechi e di facile preparazione. Il ricettario di Natale de I Sugosi può essere richiesto contattando l'azienda

I Sugosi sono i protagonisti a tutto menu che Surgital ha scelto per il ricettario dedicato al Natale 2020 e che contiene suggerimenti creativi, raffinati ma anche facilmente replicabili per i professionisti della ristorazione. Sette idee che riguardano tutte le portate del menu delle feste, dall'antipasto al dolce, che hanno come fil rouge proprio le famose pepite di sugo surgelate.

Uno strumento di lavoro utile per programmare il menu natalizio replicando, o semplicemente ispirandosi, alle creazioni studiate dal team di De Gusto che mettono in evidenza la grande versatilità de I Sugosi, perfetti come finitura di primi piatti o base per secondi, ma anche come ingrediente di antipasti e, perché no, di raffinati dessert.

Per ristoratori e chef durante il prossimo Natale sarà quanto più necessario fare scelte oculate in tema di gestione della dispensa: avere I Sugosi nel freezer permette di poter contare su un prodotto jolly, impiegabile in diverse preparazioni, da usare al bisogno perché di facile rinvenimento e porzionato in comode pepite, formato che abbatte lo spreco di materia prima e permette di essere oculati nella preparazione dei piatti.

Nel ricettario di Natale sono suggerite portate sia con "I Grandi Classici" che con "I Prestigiosi", le due linee de I Sugosi che ripropongono preparazioni tradizionali gli uni, più gourmand gli altri. Tutti altamente versatili e in grado di essere sia ingredienti già pronti che basi facilmente personalizzabili secondo l'estro dello chef, diventando materia prima di elaborazioni più creative.

Il ricettario di Natale de I Sugosi può essere richiesto contattando l'azienda al numero 0545 80328 o via mail all'indirizzo **surgital@surgital.it**.

cod 70900

Surgital
via Bastia 16/1 - 48017 Lavezzola (Ra) - Tel 0545 80328
www.surgital.it

CALVISIUS TRADITION ROYAL GUSTO EQUILIBRATO ED ELEGANTE

Un caviale da apprezzare rigorosamente in purezza e come inizio di un'esaltante degustazione di diverse tipologie di caviale. Si ottiene dallo storione bianco, una specie particolarmente pregiata

Da oltre quarant'anni, le mani esperte e appassionate dei Maestri Calvisius hanno avuto cura del caviale adottando metodi di produzione all'avanguardia e tecniche tradizionali in grado di offrire a tutti i clienti una qualità eccellente. L'attenzione che l'azienda presta ad ogni singolo particolare ha reso il caviale Calvisius una delle prelibatezze più ricercate del mondo gourmet, in grado di soddisfare i palati più esigenti.

Il caviale Tradition Royal si ottiene dallo storione bianco, una specie originaria dell'oceano Pacifico e distribuito dall'Alaska fino alla Bassa California. È tra gli storioni più longevi, può raggiungere i 100 anni di età, gli 800 kg di peso e fino ai 6 m di lunghezza. Oltre che per la sua carne magra ad alto contenuto proteico, è particolarmente pregiato per la sua cospicua produzione di uova di grande dimensione, da 2.8 a 3.2 millimetri, caratterizzate da una colorazione che varia dal grigio scuro al nero.

Il gusto del suo caviale è perfettamente equilibrato e rotondo ricordando il mare solo nelle sue componenti più delicate. Con golose note tipiche del mondo della pasticceria incontra il palato più esigente di ogni età e cultura. Un caviale da apprezzare rigorosamente in purezza e come inizio di un'esaltante degustazione di diverse tipologie di caviale.

Abbinamento consigliato: bollicine Brut o Satèn. Occorrono circa 14-15 anni per ottenere questo caviale. cod 71424

Calvisius
via Kennedy - 25012 Calvisano (Bs)
Tel 030 9686991
www.calvisius.it

CASEIFICIO SOCIALE MANCIANO
QUALITÀ E ATTENZIONE AL TERRITORIO

Nel cuore della Maremma, la produzione dell'azienda, sempre più legata alla zona di origine del latte, punta sul Pecorino Toscano Dop. Tra i capisaldi del caseificio, la tutela del territorio e il benessere animale

Il cuore del Caseificio Sociale Manciano batte in Maremma dal 1961 e da allora porta una "fetta" della sua terra e della Toscana sulle tavole di tutto il mondo. Nato su iniziativa di 21 allevatori della zona, oggi il Caseificio Sociale Manciano conta 220 allevatori soci che ogni giorno mungono oltre 60mila pecore per un totale annuo di circa 8 milioni di litri di latte ovino in arrivo da Manciano e da 10 comuni limitrofi. Ogni anno il Caseificio Sociale Manciano produce circa 370mila forme di Pecorino Toscano Dop, pari al 70% della produzione complessiva del Caseificio, ma la sua produzione non si ferma qui e si presenta ampia e variegata.

Il Caseificio Sociale Manciano è stato tra i fondatori del Consorzio di tutela del Pecorino Toscano, nato nel 1985 per valorizzare e promuovere la Denominazione di origine che, nel 1996, ha ottenuto il riconoscimento della Dop. Oggi circa un terzo del Pecorino Toscano Dop presente sul mercato è prodotto dal Caseificio Sociale Manciano in varie tipologie: fresco; stagionato; stagionato 12 mesi; biologico; Rosso Petti di Manciano, trattato in crosta con il doppio concentrato di pomodoro toscano fornito dal Gruppo Petti e l'olio extravergine di oliva Toscano Igp messo a disposizione da OL.MA Collegio Toscano degli Olivicoltori; e Amico del Cuore, prodotto con un latte frutto di ricerche e studi sui valori nutrizionali e sui cosiddetti "grassi buoni" che lo rendono adatto anche a chi ha problemi di colesterolo ma non vuole rinunciare al sapore unico del Pecorino Toscano Dop.

«Il legame con la Maremma e, più in generale, con la Toscana - spiega il presidente del Caseificio Sociale Manciano, **Carlo Santarelli** - contraddistingue, da sempre, la nostra azienda e si è ulteriormente rafforzato in una fase difficile e straordinaria come quella attuale legata al Covid-19. Vogliamo essere vicini al territorio di origine del latte che lavoriamo ogni giorno, e questo, da sempre, è uno dei punti di forza del Caseificio, nato e cresciuto come cooperativa sociale. Come tale, il Caseificio appartiene a tutti gli allevatori soci che ogni giorno conferiscono il loro latte per essere trasformato in formaggio con un'arte casearia tramandata di generazione in generazione». cod 70684

Caseificio Sociale Manciano
Loc. Piano di Cirignano - 58014
Manciano (Gr) - Tel 0564 60941
www.caseificiomanciano.it

GLI INGREDIENTI DEI RISTORANTI STELLATI ORA ANCHE NELLA CUCINA DI CASA

Grazie a Longino & Cardenal si possono reperire facilmente centinaia di prodotti di altissima qualità per preparare cene gourmet tra le mura domestiche. Tutto con un semplice click nello shop online

Sei un appassionato di alta cucina e vorresti ricevere a casa i prodotti destinati finora in esclusiva ai principali ristoranti stellati? Ora è possibile grazie a Longino & Cardenal, da oltre trent'anni punto di riferimento per l'alta ristorazione nazionale e internazionale nella ricerca, selezione e distribuzione di cibi rari e preziosi.

«Ho sempre pensato che sarebbe stato bello rendere disponibili i nostri prodotti anche ai privati, ad appassionati di cibo e di ristoranti che amano cucinare anche a casa propria, condividere prodotti e ricette con famigliari ed amici», ha dichiarato **Riccardo Uleri**, presidente e amministratore delegato di Longino & Cardenal. «Oggi questo sogno è diventato realtà ed abbiamo finalmente avviato la distribuzione dei nostri prodotti anche online con consegna in tutta Italia, grazie alla nostra consolidata esperienza nella distribuzione di prodotti freschi e freschissimi».

Sul sito www.shoplongino.it si possono trovare centinaia di eccellenze gastronomiche difficilmente reperibili sul mercato, come scaloppe di foie gras, piccione, gambero rosso di Mazara, baccalà dissalato, caviale, noce di cappasanta americana, carne spagnola, tedesca, inglese, americana.

Se sei tra i tanti "foodies" che stanno dando sfogo alla passione per i fornelli, potrai ricevere le materie prime pregiate a domicilio con un semplice click e stupire i tuoi commensali con piatti gourmet in cui è la materia prima a fare la differenza. Potrai trovare ispirazione sul Magazine, un luogo in cui trovare numerosi consigli e curiosità sui prodotti oltre che video-ricette spiegate in modo semplice dal Company Chef di Longino & Cardenal. Potrai cimentarti nel realizzare, ad esempio, un singolare risotto al nero e calamaro oppure scoprire quanto è facile preparare il baccalà con salsa pil pil. Provare per credere! cod 71091

Longino & Cardenal
Via Ambrogio Moroni 8 - 20010
Pogliano Milanese (Mi)
Tel 02 9396851
www.shoplongino.it

È SEMPRE L'ORA... DI PANNA SPRAY DEBIC!

Parmigiana di melanzane con polvere di pomodoro e parmigiano

INGREDIENTI (PER 10 PERSONE)

- Per la parmigiana: 500 g salsa di pomodoro pronta, 400 g mozzarella, 200 g Parmigiano Reggiano, 5 melanzane, 1 mazzo di basilico, sale
- Per la finitura: Panna Spray Non Zuccherata Debic, polvere di pomodoro, Parmigiano Reggiano

PREPARAZIONE

Tagliare le melenzane a fette molto sottili, grigliare e raffreddare. Nel frattempo tagliare a cubetti la mozzarella e scolarla dal liquido in eccesso. Con l'aiuto di anelli, assemblare le parmigiane partendo con le melenzane grigliate, un pizzico di sale, salsa di pomodoro, mozzarella, basilico e Parmigiano Reggiano. Ripetere l'operazione in sequenza fino ad arrivare all'orlo degli anelli. Cuocere in forno a 180°C per circa 20 minuti.

ASSEMBLAGGIO E FINITURA

Sformare le parmigiane dagli anelli e porre al centro del piatto. Decorare con Panna Spray Non Zuccherata Debic, polvere di pomodoro e Parmigiano Reggiano. Concludere con una foglia di basilico.

Brand di spicco di FrieslandCampina, Debic è un marchio di prodotti lattiero-caseari per uso professionale. Una linea di referenze dedicata a chef, pasticceri e a tutti i professionisti della ristorazione. Un partner affidabile da 100 anni, che aiuta gli operatori Horeca in ogni momento della giornata lavorativa. Tutti prodotti ad alto contenuto di servizio, proprio come Panna Spray Debic, definito a ragione "un fiocco di panna perfetto a ogni ora del giorno". Una soluzione pratica, veloce, ma di alta gamma per donare valore aggiunto a prime colazioni, dolci, ma anche cocktail e piatti salati. Insomma, un prodotto studiato per le mani dei professionisti.

Prima di analizzare le diverse occasioni di consumo che vedono in primo piano Panna Spray Debic, puntiamo i riflettori sui suoi punti di forza. Il fiocco è come da montapanna, tanto per mettere le cose in chiaro. E poi la consistenza: c'è, si vede e si sente. Ottima anche la tenuta sulle bevande calde. La bomboletta, dal design ergonomico, è facile da impugnare e da utilizzare, mentre l'erogatore non fa scherzi e assicura un fiocco perfetto, senza sbavature. Si pulisce in un attimo con acqua calda. Dopo l'utilizzo va conservata in frigorifero.

Debic

Per ottenere il fiocco perfetto, quello che fa la differenza, si consiglia di riporre Panna Spray Debic in frigorifero per almeno 24 ore (massimo a 7°C). Una volta estratta, va quindi aperto l'erogatore e spinto il sigillo di sicurezza verso l'interno. Al momento dell'utilizzo la bombola va agitata al massimo tre volte e, una volta capovolta, si inizia l'erogazione, a regola d'arte.

Le occasioni di consumo si dilatano lungo tutto l'arco della giornata. Infatti, è sempre l'ora di Panna Spray Debic e sono numerose le ricette consigliate. Il primo momento della giornata, la colazione, può essere l'occasione per il professionista di stupire i clienti unendo la versione zuccherata a un Pancake con frutti di bosco o ad una Crostatina alle mele. A pranzo, con la tipologia non zuccherata, si possono finire piatti salati esaltando ad esempio una Parmigiana di melanzane con polvere di pomodoro e parmigiano o una Tartare di manzo con crumble di pecorino.

Panna Spray Debic trasforma in un momento di gusto creativo anche l'aperitivo completando i drink al top. A cena impreziosisce macedonie, dolci al piatto o gelati. cod 70876

FrieslandCampina Professional
via Paracelso 24 - 20864 Agrate Brianza (Mb) - Tel 039 6072500
www.debic.com/it

Pancake con frutti di bosco

INGREDIENTI (PER 10 PERSONE)

- Per il pancake: 500 ml latte, 400 g farina debole 00, 130 g zucchero, 120 g uova pastorizzate, 16 g lievito per dolci (baking)
- Per la finitura: frutti di bosco, zucchero a velo, Panna Spray Zuccherata Debic

PREPARAZIONE

Frustare le uova con lo zucchero, aggiungere la farina con il lievito precedentemente setacciati insieme, il latte poco alla volta fino a ottenere una pastella densa e liscia. Imburrare dei ring in acciaio e cuocere all'interno del ring su una padella antiaderente, mantenere il fuoco molto basso e lasciar cuocere per circa 6 minuti per lato. Servire caldi.

ASSEMBLAGGIO E FINITURA

Cospargere i pancake di zucchero a velo, decorare con i frutti di bosco e prima di servire ultimare con Panna Spray Zuccherata Debic.

FARINA PANETTONE IL SEGRETO? È IL LUNGO RIPOSO

Con "Farina Panettone" della Linea Pasticceria di Molino Grassi il successo è assicurato: parola del pasticcere Pierluigi Sapiente. Un prodotto pensato per la preparazione dei lievitati della tradizione italiana

I grandi lievitati sono prodotti complessi da realizzare la cui percentuale degli ingredienti e la modalità con cui vengono inseriti all'interno dell'impasto suggeriscono il metodo di preparazione. L'ingrediente che gioca un ruolo importante è la farina, che costituisce la fonte di proteine e amidi. «Per un pasticcere la produzione del panettone è un banco di prova. Servono tecnica, esperienza e ottime materie prime», spiega il pasticcere **Pierluigi Sapiente**. «Per consuetudine quando si sceglie una farina per produrre grandi lievitati si guarda il valore del fattore di panificabilità W. Scegliere una farina basandosi solo sul valore di W - che nel caso dei lievitati deve essere maggiore di 350 - non è però sufficiente. Bisogna valutarla anche in base a come si comporta nella fase di impastamento, cioè alle sue proprietà plastiche. Non deve dimostrarsi "rigida", deve sempre permettere di ottenere impasti morbidi ed estensibili».

«Per le mie esigenze di lavorazione - aggiunge Sapiente - trovo perfetta la **Farina Panettone della Linea Pasticceria di Molino Grassi**. È un prodotto d'eccellenza che garantisce risultati straordinari e di altissima qualità». Farina Panettone è stata sviluppata da Molino Grassi insieme al Maestro Ezio Marinato, presenta valori di W 400 e p/L 0,55, ed è pensata per la preparazione dei lievitati della tradizione italiana. La sua caratteristica principale è quella di essere una "farina riposata": viene commercializzata dopo un periodo di stoccaggio di due mesi, a partire dalla molitura del grano, in silos appositamente realizzati dal Molino. Una farina riposata assorbe la giusta quantità di acqua ed è più stabile in fase di lavorazione. Gli impasti che si ottengono hanno una resa migliore e reggono le lunghe lavorazioni. Con Farina Panettone, Molino Grassi dà ulteriore prova della volontà di investire costantemente in ricerca e sviluppo.

Partendo dall'intuizione del Maestro Marinato, oggi il testimone è di Pierluigi Sapiente, da quest'anno consulente di pasticceria per il Molino. È grazie a lui che la Farina Panettone è stata perfezionata: «È una farina tecnicamente equilibrata che ottimizza la gestione della produzione perché si può usare in purezza per tutte le fasi di lavorazione di un lievitato: dal rinfresco del lievito madre al secondo impasto. La consiglio a tutti, sia per le piccole sia per le grandi produzioni natalizie». cod 70927

Molino Grassi
via Emilia Ovest 347 - 43126 Fraore (Pr) - Tel 0521 662511
www.molinograssi.it

BAKERY INNOVATION
I SEMILAVORATI DI ALTA QUALITÀ PER LA RISTORAZIONE

Una gamma per la ristorazione che abbina l'alta qualità degli ingredienti alla versatilità di utilizzo. Bakery Innovation è la linea di semilavorati a base di uova 100% italiane di categoria A da allevamento a terra

Gruppo Eurovo è in costante evoluzione per garantire valore aggiunto e contenuto di servizio agli operatori professionali. In questo senso, con la linea Bakery Innovation è come avere un aiuto-pasticcere al fianco dello chef. Una grande innovazione che permette di risparmiare tempo, ottimizzare i costi e garantire la sicurezza alimentare grazie a una filiera controllata e tecnologica. Il tempo di produzione e la gestione dei costi non sempre riescono a trovare un punto d'incontro nella ristorazione, ma i prodotti Bakery Innovation eliminano questo divario e consentono allo chef di esprimere il proprio talento gestendo al meglio la componente economica in chiave di funzionalità. L'uovo infatti è un elemento semplice, ma di estrema versatilità come ingrediente di base nella quasi totalità delle preparazioni in pasticceria. Questa linea rappresenta un ventaglio di prodotti tecnici, che restano ingredienti ma altamente specializzati e versatili per ogni singola applicazione.

Le singole referenze - Pâte à Bombe, Meringa Evolution, Sponge Cake & Bisquit, La Meringa Francese - possono essere lavorate per ottenere in poco tempo una serie di basi di alta gamma utilizzabili in tanti dessert differenti. Con la Pâte à Bombe e Meringa Evolution si possono, per esempio, realizzare mousse, creme, semifreddi e parfait personalizzabili e intercambiabili, Sponge Cake & Bisquit è ideale per la produzione di tutti i tipi di Pan di Spagna, mentre La Meringa Francese dà vita a macarons, dacqoise, meringhe al cacao, amaretti.

I brick, una volta aperti, possono essere utilizzati per preparare una linea settimanale di diversi dessert, al piatto, al bicchiere o monoporzione. Lo chef ha quindi la possibilità di produrre maggiori quantità e incrementare i profitti in tempo minore. La shelf life di 12 mesi a temperatura ambiente, tranne per la referenza Sponge Cake & Bisquit, consente inoltre di gestire al meglio gli ordini e ottimizzare gli spazi recuperando volumi importanti nei frigoriferi e nelle celle.

cod 71116

Eurovo
via Ugo La Malfa 15 - Imola (Bo)
Tel 0542 485111
www.eurovoservice.com

DESSERT DR. SCHÄR FOODSERVICE IL GLUTEN FREE CHE SEDUCE

Tortino al cioccolato, Tiramisù e Savoiardi sono le referenze senza glutine proposte da Dr. Schär Foodservice per la ristorazione professionale, perfette per chi cerca praticità, bontà e sicurezza

Il dessert è il culmine di un percorso degustativo e nella ristorazione la sua importanza sta crescendo sempre di più come elemento di distinzione: ogni locale dovrebbe quindi dotarsi di sempre nuove proposte, capaci di accontentare tutti i gusti ed esigenze, come quella del senza glutine. La celiachia in Italia riguarda circa l'1% della popolazione e vi sono altre patologie, come l'allergia al grano e la sensibilità al glutine non celiaca, che necessitano di un'alimentazione gluten free.

Dr. Schär Foodservice, la divisione dedicata al canale Horeca del Gruppo Dr. Schär, offre un ampio assortimento di prodotti senza glutine per coprire tutte le esigenze del professionista, tra cui diversi dessert, tutti preparati con la massima attenzione al gusto e alla sicurezza.

Ultimo arrivato nell'assortimento di Dr. Schär Foodservice è il Tortino al cioccolato Schär, un goloso dessert dal cuore fondente preparato con il 22% di cioccolato fondente, uova e burro di alta qualità garantiti Schär. Senza glutine e senza frumento, è confezionato in comode monoporzioni ed essendo surgelato presenta una lunga shelf life (16 mesi) che assicura il mantenimento del sapore e delle caratteristiche organolettiche.

Infine, è veloce e facile da preparare, poiché richiede pochi minuti in forno tradizionale e meno di un minuto in microonde.

Per gli amanti della tradizione italiana, Dr. Schär Foodservice offre il Tiramisù Schär, surgelato e confezionato in due pratiche coppette da 100 g l'una, pronto per essere servito. Tortino e Tiramisù sono due soluzioni perfette per i professionisti che ricercano praticità, bontà e sicurezza per soddisfare i gusti sempre più esigenti della clientela celiaca. A chi ama sperimentare, Dr. Schär Foodservice propone infine i Savoiardi Schär, realizzati con il 38% di uova fresche da allevamento a terra, senza glutine, senza frumento, senza lattosio, senza conservanti e senza olio di palma.

Il piacevole aroma di vaniglia e limone rende i Savoiardi Schär perfetti per la preparazione di tantissimi dolci al cucchiaio, ma anche per essere serviti in accompagnamento a caffè o tè.

cod 70867

Dr. Schär Foodservice
Winkelau 9 - 39014 Postal (Bz)
Tel 0473 293595
www.drschaer-foodservice.com

L'OLIO EVO IN LOMBARDIA È DI CASA...LIVA

L'olio da cultivar Casaliva in Lombardia è un fruttato medio che ben si abbina a risotti ai funghi o fritture di pesce. C'è stato un forte incremento della produzione nell'ultima annata

di ***Fulvio Raimondi***

La regione più popolosa d'Italia, la regione a cui manca solo il mare, la regione considerata locomotiva del Paese si afferma anche sotto il punto di vista agroalimentare con una super produzione di olio extravergine d'oliva. In Italia, Paese d'eccellenza per la vastità e per la qualità dei prodotti che finiscono sulle nostre tavole, la maggior produzione di olio extravergine di oliva è localizzata nelle regioni del Sud, grazie alle temperature e al clima in generale.

Nel Nord del Paese, invece, si vanno via via affermando, sempre di più - anche se con dimensioni contenute rispetto a Puglia, Sicilia o Calabria - aree che godono di microclimi ideali alla crescita e alla fruttificazione dell'ulivo. Una di queste zone è rappresentata dalla Lombardia.

Tanto per dare dei numeri: con circa 1.630 ettari coltivati ad uliveto e con una trentina di frantoi, lo scorso anno la produzione d'olio extravergine d'oliva della Lombardia rappresentava lo 0,15% della produzione nazionale con circa 500 tonnellate prodotte. Quest'anno invece, in controtendenza rispetto alle regioni meridionali che vedono una decrescita generalizzata, al Nord si prospetta una super produzione. Ancora i dati ufficiali non ci sono, ma pare che rispetto alla scorsa annata, si registri un incremento del 1.727%.

Pur avendo sempre numeri ridotti rispetto all'intera produzione, l'incremento è più che significativo. E la zona maggiormente interessata è quella in prossimità dei grandi laghi. C'è una piccola zona nei pressi del lago di Como, mentre il grosso dell'olio lombardo vede la luce sulle sponde del lago di Garda. Da Sirmione, passando da Salò fino ad arrivare a Limone sul Garda. In Lombardia, quando non ci sono eccessive gelate primaverili o fenomeni atmosferici violenti, gli ulivi producono molto anche perché i naturali parassiti delle olive soffrono le temperature a quelle latitudini. Ricordiamoci che l'olio del Garda è quello prodotto nella zona più a nord del mondo. E in Lombardia la cultivar principale è la Casaliva.

Premettendo che se l'oliva viene raccolta anticipatamente, tenuta nelle apposite cassette e lavorata entro le 6 ore dalla raccolta, non esistono oli delicati, la Casaliva è comunque una cultivar già più delicata delle cultivar del Sud, anche se non mancano alcune eccezioni. Una delle caratteristiche principali dell'olio da Casaliva è l'essere un fruttato medio, che al naso genera sentori di mandorla, carciofo, ed erbe aromatiche, mentre al gusto il bilanciamento amaro-piccante lascia sensazioni equilibrate, dando un senso di freschezza in bocca.

La Casaliva trova la sua giusta collocazione sui piatti tipici della zona. Il suo fruttato medio infatti non prevarica una frittura di pesca di lago, ad esempio, ma lo accompagna; ideale anche abbinato a un risotto con i funghi. La Casaliva è una cultivar che si presta benissimo anche su antipasti e su formaggi a breve stagionatura.

E che dire sui luoghi del turismo dove degustare questa prelibatezza? Partendo da Sirmione, con il suo castello e i suoi siti archeologici romanici, con la villa situata sulla punta della penisola del comune, considerata il più grandioso esempio di edificio privato, probabilmente appartenuto a Catullo, proprio all'ombra degli uliveti. Risalendo la sponda si passerebbe da Salò: qui troviamo il Vittoriale, sede dell'ultima residenza del poeta Gabriele D'Annunzio. E sono solo un paio di esempi di quello che si può trovare percorrendo, in tutta calma, la strada statale che costituisce il tratto lombardo del lago di Garda.

La Lombardia, oltre alle bellezze naturali, offre anche particolari e suggestivi viaggi nel gusto e nei sapori. E tra questi, l'olio extravergine d'oliva è una scoperta sempre nuova e da diffondere. cod 71204

UNO SPOT NON RIMPIAZZA L'ASSAGGIO I VERI PRODUTTORI SI FACCIANO SENTIRE

In televisione e su internet si susseguono promo di grandi aziende che vendono olio extravergine a prezzi stracciati. I piccoli produttori non hanno questi mezzi, devono attivarsi e far sentire la propria voce

di ***Fausto Borella***

Rieccoci qua, esattamente come otto mesi fa, sospesi tra lockdown più o meno leggeri nelle regioni italiane, ma sempre privi di movimento e libertà di azione. Rimane la possibilità di muoversi almeno di giorno e di continuare a scegliere quali prodotti alimentari acquistare, per cercare, almeno in parte, di soddisfare la frustrazione che proviamo in questo periodo.

Un'indagine nazionale ha raccontato che la scorsa primavera oltre il 40% degli italiani comprava prodotti di enogastronomia online, consapevole non solo dei costi, ma anche dei sovrappiù della spedizione. Molte aziende nel campo olivicolo si stanno aggiornando per avere un sito sempre più moderno

e performante, in cui qualsiasi cliente, sia italiano che straniero, possa navigare, innamorandosi così virtualmente dell'azienda, per poi acquistare un prodotto sulla fiducia.

Qualche organizzatore di eventi ha pensato di sostituire la visita reale nello stand del produttore, ascoltando il suo dialetto e guardandolo negli occhi, creando invece una fiera online, asettica e mal funzionante. Come si può pensare di sostituire il piacere, dopo aver fatto decine - a volte centinaia - di chilometri, dell'assaggio gustoso e succulente di quel prodotto, sostituendolo con una foto sbiadita e il logo dell'azienda?

È molto meglio, in attesa di poterci riabbracciare tra qualche mese più forti di prima, far parlare gli oliandoli attraverso tutti i mezzi a disposizione. Su Facebook, ma soprattutto su Instagram, dalle Dolomiti a Pantelleria, centinaia di proprietari di aziende agricole e olivicoltori hanno reso una semplice pagina da profilo personale, una vera e propria multimediale. Video emozionali, dalla raccolta delle olive ai consigli pratici su quale olio scegliere, storie ripetute con scontistiche davvero convenienti. Pillole educative per far avvicinare sempre di più un consumatore attratto dal prodotto, ma ignaro dei veri benefici di un olio extravergine di assoluta qualità.

Paradossalmente il vero nemico di questi produttori/eroi, che ogni giorno si alzano per vedere comprato il loro prodotto al giusto prezzo, non è il consumatore ignaro, ma è l'industria olearia o, peggio ancora, l'imbottigliatore, che acquista oli di dubbia qualità provenienti dall'estero a pochi spiccioli per farli sbarcare nella grande distribuzione che poi rivende a prezzi ridicoli. Avete fatto caso che, casualmente, in queste settimane nella fascia serale più importante, sulle reti nazionali si susseguono unicamente spot di olio solo di grandi aziende olearie? Potrebbe mai permettersi un bravissimo produttore di olio o anche una selezione di olivicoltori, di spendere centinaia di migliaia di euro in pubblicità, per far vedere la felice famiglia finta in campagna che gusta olio? Quello nelle pubblicità che vediamo oggi, non farei assaggiare neanche al mio gatto.

L'unica soluzione per il produttore, al momento, è sensibilizzare, giorno dopo giorno, costi quel che costi, il consumatore a scegliere oli che hanno una storia, dove il produttore ci mette continuamente la faccia, per spiegare che un olio di questa nuova frangitura deve costare almeno quindici euro al litro. Parlare sottovoce non serve più; è arrivato il momento di alzarla, di gridare la verità sul vero olio extravergine di oliva artigianale. cod 71195

BOLLICINE CAMBIANO I CONSUMI

SI PUNTA SU E-COMMERCE E GDO

di *Piera Genta*

Nell'anno del Covid è prevedibile un periodo non del tutto brillante per il consumo del vino in generale, e le bollicine non sono esenti dal seguire il trend di questo momento di incertezza. Secondo i dati raccolti dall'Osservatorio Ovse-Ceves (Osservatorio vini spumanti effervescenti - Osservatorio centro studi economici vini speciali), il primo semestre dell'anno interessato dal periodo di lockdown ha registrato una contrazione piuttosto contenuta, il consumo domestico ha sostituito quello del fuori casa.

Il dato veramente negativo viene dal commercio estero, anche se l'Italia ha fatto molto meglio degli altri Paesi esportatori chiudendo il primo semestre con un -8,6%. La contrazione più significativa rimane quella delle bollicine, che hanno perso quota anche su tutti i 10 Paesi importatori top. L'emergenza Covid ha prodotto uno spostamento dei consumi di vino dal canale Horeca alla grande distribuzione e all'e-commerce e quasi tutte le aziende hanno dedicato maggiore attenzione verso le nuove modalità di vendita che hanno riportato un significante segno positivo. Nel periodo successivo, soprattutto nel mese di agosto, i risultati di

vendita delle bollicine in generale hanno mostrato valori positivi con il metodo Italiano (Charmat) a guidare il recupero, una crescita non sufficiente ad arginare le perdite soprattutto alla luce dei nuovi blocchi che limitano altre attività direttamente o indirettamente collegate al consumo del vino. In questo scenario, arriva però qualche buona notizia, come il via libera dell'Unione europea al Prosecco Doc Rosé che potrà essere esportato e commercializzato anche nei mercati esteri. In Italia la vendita era iniziata ad ottobre, un vino prodotto con il metodo Italiano, uve provenienti dal vitigno Glera per l'85-90% e per il resto Pinot Nero vinificato in rosso.

Il consorzio del Prosecco Doc riferisce che quasi tutte le bottiglie prodotte, al momento circa 20 milioni, sono state prenotate prima ancora di uscire dalle autoclavi. Il direttore **Luca Giavi** precisa che «il Prosecco Doc, pur soffrendo il rallentamento delle vendite, ha operato individuando soluzioni (condivise con la filiera e le amministrazioni regionali e nazionali) capaci di esaltare le capacità e le intuizioni del sistema produttivo nella gestione dei volumi disponibili e nell'avviare iniziative dinamiche capaci di tenere sempre accesi i riflettori sulla denominazione, come lo è stata l'introduzione della tipologia rosé».

BOLLICINE IN ROSA, UN MERCATO IN CRESCITA

Le bollicine in rosa da qualche anno sono diventate una tipologia consolidata. Secondo l'Osservatorio di Unione italiana vini, in occasione della presentazione della ricerca "Rosato & Spumante", l'Italia al momento ne produce 49 milioni di bottiglie, che nel 2021 dovrebbero superare i 60 milioni rispetto ad una produzione mondiale che dovrebbe attestarsi su 160. Se si guarda ai consumi nel mondo, le previsioni al 2021 dicono che si divideranno tra un 95% di bollicine bianche e 5% di quelle rosate. Per monitorare la crescita del fenomeno il consorzio dei vini d'Acqui ha lanciato l'idea di istituire un Osservatorio permanente delle bollicine rosa in Italia.

I consorzi di tutela: «Si resiste alla crisi»

La crisi globale con il forte rallentamento dell'industria turistica e la chiusura parziale dei luoghi di ritrovo porta inevitabilmente una contrazione dei consumi e il comparto richiede alle istituzioni interventi rapidi a salvaguardia soprattutto delle piccole e medie imprese. Sull'andamento delle vendite in occasione delle festività di fine anno, che rappresentano tradizionalmente un'occasione significativa per consumare vini importanti, abbiamo raccolto le voci dei consorzi.

PATATA SOFFICE CON PORCINI, GAMBERI E RAFANO

Ricetta di Enrico Bartolini,
Enrico Bartolini Mudec ✽✽✽
Milano

Ingredienti (per 1 persona)
500 g latte, 500 g panna, 350 g patate, 50 g rafano, 1 aglio, 1 gambero rosso, 3 acciughe, 3 capperi dissalati, 1 uovo, 1 fungo porcino, 1 finger lime, 1 limone, 200 g prezzemolo, 1 foglia di basilico fresco, 5 g di Marsala, 2 g di aceto, olio evo q.b., zucchero q.b., sale Maldon q.b.

Preparazione
In una casseruola ridurre 500 g di latte e 500 g di panna. Versare il tutto su 350 g di patate tagliate in pezzi piccoli, bollite in acqua per 10 minuti e scolate. Cuocere per 15 minuti, frullare con un frullatore a immersione, passare al colino e conservare a bagnomaria (se possibile in un sifone con due cariche di gas).
Preparare la salsa di prezzemolo frullando il prezzemolo sbollentato e raffreddato in ghiaccio con poco aglio, poca acciuga e capperi dissalati. Aggiungere alla salsa ottenuta un cucchiaio di aceto. In un bagnomaria caldo, montare 5 g di tuorlo con 5 g di Marsala e sale per lo zabaione salato. In un piatto fondo piccolo disporre un gambero rosso tagliato a pezzi, 3 cubi di fungo porcino saltato in padella all'olio, 3 capperi dissalati interi, del finger lime, il basilico fresco, poco rafano e limone grattugiati, sale Maldon e olio extravergine. Disporre la crema di patata sopra tutti gli ingredienti; completare con una spirale in superficie di salsa di prezzemolo e una goccia di zabaione salato.

In abbinamento:
Krug Rosé 24ème Édition

«Il nostro prodotto ha dinamiche diverse - spiega il presidente del Consorzio Alta Langa Docg, **Giulio Cocchi** - siamo una denominazione in crescita che ha mantenuto le sue posizioni. Molti dei nostri associati stanno registrando la mancanza del prodotto sui punti vendita. Nei prossimi giorni avremo i dati della vendemmia, la previsione è di avere una disponibilità di uve per produrre circa 3 milioni di bottiglie e abbiamo anche nuovi ingressi di soci nel consorzio. Siamo abituati a ragionare in termini di lungo periodo, il disciplinare ci impone di aspettare 3 anni e poi se il prodotto rimane in cantina un anno in più sicuramente andremo incontro ad un miglioramento qualitativo».

Pur fotografando il clima di incertezza, **Roberto Ghio**, presidente del Consorzio tutela Gavi, commenta: «Con una produzione pari a circa 30mila bottiglie nel 2019, la tipologia Spumante Metodo Classico Gavi Docg, 100% Cortese, è una nicchia di dimensione ridotte rispetto ai 12,5 milioni di bottiglie di Gavi tranquillo, ma di riconosciuta straordinaria qualità. Esprime infatti la vocazione centenaria dell'uva Cortese alla spumantizzazione, che si presta, per freschezza e struttura, alla produzione di bollicine eleganti, dal fine perlage, complesse e mai banali, premiate da quel mercato di winelovers che cerca assaggi alternativi alle denominazioni più conosciute».

Le bollicine di montagna Trentodoc continuano a beneficiare di una domanda crescente e di un miglioramento della quota di mercato. In questo periodo il Consorzio si è orientato verso i canali social cercando di sostenere i suoi associati, mettendo a disposizione un'applicazione mobile pensata per accompagnare le persone alla degustazione nei momenti conviviali a casa e al ristorante, oppure durante un viaggio. ➜

NOCETTA D'AGNELLO IRLANDESE CON FRIGGITELLO, RICOTTA E SALSA ALLE ERBE

Ricetta di Andrea Berton, Ristorante Berton ✿ Milano

Ingredienti e preparazione
(per 4 persone)

Per l'agnello irlandese: 2 nocette d'agnello irlandese da 300 g l'una, aglio, timo, rosmarino, olio extra vergine di oliva, sale e pepe

Pulire le nocette lasciando la copertina attaccata, condirle con sale, pepe e rosolarli in padella con olio extravergine di oliva, raffreddare e inserire l'agnello irlandese nei sacchetti sottovuoto con agli aromi. Cuocere con il ronner a 63 C° per 1 ora.

Per la salsa di agnello: 1 kg di scarti d'agnello, 1 carota tagliata a fette sottili, 100 g di scalogni a fette, rosmarino, timo, aglio, olio di semi, 400 g di burro

Arrostire gli scarti con l'olio, mettere il burro e lasciar caramellare la carne, aggiungere le verdure farle rosolare velocemente, aggiungere l'acqua e lasciar cuocere per 2 ore. Passare la salsa con un passino fino e lasciare ridurre per ottenere una salsa densa e lucida.

Per la crema di ricotta: 100 g di ricotta di pecora, 5 g erbe fini tritate (prezzemolo, aneto, cerfoglio), 25 g di pecorino grattato, sale, pepe, olio extra vergine d'olio q.b.

Condire la ricotta con il pecorino precedentemente setacciato, inserire le erbe, olio evo , salare, pepare. Raccogliere la crema in una tasca da pasticciere.

Per i friggitelli: 4 peperoni friggitelli, olio di semi, olio extravergine di oliva, sale Maldon

Friggere i friggitelli in abbondante olio di semi a 170°C. Pelarli ed eliminare i semi interni senza romperli esternamente. Farcirli con la ricotta ricreando la forma originaria, spennellare con olio extra vergine di oliva ogni friggitello, arrostirlo con un cannello e completare con sale Maldon.

Per la salsa alle erbe: ¼ di spicchio d'aglio senza l'anima interna,1 peperoncino fresco, 60 g di olio extravergine di oliva, 30 g di acqua, 50 g di erbe miste (prezzemolo, aneto, cerfoglio), sale, pepe, aceto di vino di xeres, 0,5 g di gomma xantana, 0,2 g di acido ascorbico

Frullare tutti gli ingredienti al Bimby fino ad ottenere una crema liscia ed omogena, filtrare e mantenere in frigorifero.

Per terminare: burro, aglio e timo

Arrostire in padella con il burro, aglio e timo le nocette d'agnello irlandese. Tagliare le nocette a metà e appoggiarle su un piatto piano, aggiungere il friggitello e completare con la salsa alle erbe e il sugo d'agnello.

In abbinamento: Trentodoc Rotari Flavio Riserva 2012

CAPPELLACCI CON BRASATO DI FILETTO DI MANZO IRLANDESE ALL' AMARONE

Ricetta di Alberto Canton, membro CIBC Chefs' Irish Beef Club

Ingredienti (per 4 persone):
600 g di filetto irlandese "cordone" e "testa", olio extravergine di oliva, 1 carota piccola, 1 scalogno, 1 rametto di sedano verde, 3 fogliette di salvia, 1 rametto di rosmarino, 1 bicchiere di Amarone, 1 bicchiere di acqua, sale e pepe q.b., 200 g di farina rimacinata, 200 g di farina 00 per pasta, 3 uova medie, Parmigiano Reggiano Dop

Preparazione
Prendere il cordone e la parte più esterna della testa del filetto, pulirlo solo dalle parti cartilaginee lasciando la parte grassa, farla rosolare su una casseruola con un po' di burro e olio extravergine di oliva.
Tagliare le verdure a brunoise, tritare salvia e rosmarino e preparare un soffritto che verrà poi sfumato con l'Amarone, adagiare la carne rosolata con il suo liquido, salare e aggiungere l'acqua, portare alla cottura desiderata (circa 120 minuti a fuoco lento), aggiungendo acqua di volta in volta se occorre.

Il cappellaccio
Nel frattempo impastare le farine con le uova fino ad ottenere un impasto morbido ed elastico, far riposare e poi tirare la sfoglia fino allo spessore gradito, creare dei quadrati di circa 8-9 centimetri, mettere abbondante ripieno nel centro, piegare a triangolo e arricciare sulle dita in modo da creare il cappellaccio.

Il ripieno
A cottura della carne ultimata prenderne una terza parte priva della sua salsa, macinarla e arricchirla con del parmigiano. Se serve, bagnare la farcia con il liquido di cottura in modo da ottenere la consistenza desiderata, asciutta ma morbida e compatta.

La salsa
Battere a coltello la carne rimasta con il suo liquido di cottura che servirà per creare la salsa a condimento del cappellaccio.
Cuocere il cappellaccio al dente in abbondante acqua salata, saltarlo con una noce di burro, la salsa di filetto brasato all'Amarone e servire in tavola con una spolverata di parmigiano a piacere.

In abbinamento:
Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Cartizze Dry Marsuret

55 case spumantistiche, 200 punti di interesse, 175 schede tecniche e una sezione dedicata alle degustazioni guidate racchiudono tutto il mondo Trentodoc.

Il Consorzio del Franciacorta proprio nel 2020 avrebbe dovuto festeggiare i 30 anni di fondazione e inaugurare la sua nuova sede ad Erbusco (Bs). Celebrazioni che non hanno potuto avere luogo. Nell'insieme, pur continuando a scontare in modo evidente gli effetti della crisi, le bollicine Franciacorta mostrano nel terzo trimestre segnali positivi di ripresa, con un parziale recupero rispetto alla perdita che si era registrata nel primo semestre. Analizzando le esportazioni, a livello di singole nazioni, la Svizzera conferma il proprio primato con volumi in crescita. Seguono rispettivamente il Giappone, anch'esso in crescita rispetto al 2019, la Germania, gli Stati Uniti, il Belgio e la Norvegia.

Gli spumanti dolci

Con il periodo natalizio alle porte ci avviciniamo ad un momento strategico per gli spumanti dolci. Il Consorzio dell'Asti Docg, racconta il direttore **Giacomo Pondini**, sta dando il via una nuova comunicazione web e tv legata al testimonial Alessandro Borghese per invitare a una modalità di consumo più completa, perché l'Asti Docg ad oggi può essere considerato uno spumante a tutto pasto, grazie anche alle versioni a ridotto contenuto zuccherino. Altra attività promossa dal Consorzio dell'Asti riguarda 25 rotatorie tra acquese, astigiano e cuneese per conoscere e individuare in maniera inequivocabile e immediata dove sono i vigneti di Moscato. «Sui primi nove mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2019 abbiamo registrato un incremento a livello generale di vendite sui nostri prodotti - spiega Pondini - in generale le vendite dell'Asti sono rimaste in linea mentre abbia-

TRENTODOC

ROTARI FLAVIO RISERVA 2012

Frutto di una rigorosa selezione delle uve, Rotari Flavio Trentodoc nasce come una particolare Riserva prodotta esclusivamente da uve Chardonnay di alta collina proveniente da piccoli vigneti molto vocati, ricco di naturale acidità e adatto per un lungo affinamento sui lieviti.
Note intense ed eleganti di lievito e nocciola sono perfettamente amalgamate nelle note fruttate varietali dello Chardonnay, mela gialla, mela rossa e nettarina. Il fine e continuo perlage porta al palato una lunga e sensuale piacevolezza di sensazioni fragranti ed avvolgenti di crema pasticcera, cioccolato bianco e frutta matura.

Rotari
via Tonale 110 - 38016 Mezzocorona (Tn)
Tel 0461 616399
www.rotari.it

CHAMPAGNE

DOM PÉRIGNON VINTAGE 2010

Immediatamente risplende la dolcezza della frutta tropicale: mango verde, melone e ananas. Poi emergono note più temperate: il pizzicore di una scorza d'arancia, la bruma di un mandarino. Il vino respira e la sua freschezza si rivela. La fioritura dopo la pioggia. Una sensazione tattile di peonia, gelsomino e lillà.
Il vino rivela rapidamente il suo carattere pieno, ricco, intenso. Un'interessante maturazione e una sensazione tattile seguono l'esperienza aromatica. Al palato la materia prende corpo, generosa, decisa, controllata. Poi si rafforza, facendo vibrare il vino sulle note speziate e pepate. L'energia si prolunga, fino a un magnifico finale salino.

Dom Pérignon - Moët Hennessy
via Tonale 26 - 20125 Milano
Tel 02 6714111
www.domperignon.com

CHAMPAGNE

KRUG ROSÉ 24ÈME ÉDITION

Krug Rosé 24ème Édition è stato composto intorno alla vendemmia del 2012, una bella annata caratterizzata da una bassa resa. Nasce dalla selezione di 22 vini appartenenti a 7 annate diverse, il più giovane dei quali è del 2012, mentre il più vecchio è del 2006. È stato completato con l'11% di Pinot Noir a macerazione tradizionale del 2012.
Delicato color rosa che promette eleganza. Seduce il naso con aromi di rosa canina, prosciutto crudo, more di gelso, ribes rosso, peonie, pepe e pompelmo rosa. Infine, delizia il palato con delicati aromi di miele, agrumi, frutta secca e un lungo finale arricchito dal suo raffinato perlage.

Krug - Moët Hennessy
via Tonale 26 - 20125 Milano
Tel 02 6714111
www.krug.com

ROMBO, ORTAGGI VERDI E BEURRE BLANC

Ricetta di Alberto Faccani,
Magnolia Ristorante ❁❁
Cesenatico (Fc)

Ingredienti (per 4 persone)
320 g di filetto di rombo, olio evo qb, sale di Cervia qb, erbe aromatiche
Ortaggi verdi
100 g broccoletti verdi, 100 g zucchine chiare, 100 g cavolo nero, 100 g fagiolini, 100 g cime di rapa, 50 g piselli
Mondare e sbollentare al dente tutti gli ortaggi in acqua salata; raffreddarli in acqua e ghiaccio, asciugare e stendere su panno carta
Beurre blanc
60 g scalogno, 30 g aceto di vino bianco, 45 g vino bianco, buccia di 1/2 limone, 100 g brodo pesce, 100 g burro, 30 g pasta di prezzemolo e spinaci, sale qb
Preparazione: stufare lo scalogno e sfumare prima con l'aceto poi con il vino bianco; fare evaporare e filtrare. Aggiungere il brodo di pesce e ridurre della metà; aggiungere il burro a tocchetti ed emulsionare. Aggiungere la pasta di prezzemolo per dare colore. Tagliare il rombo in 4 filetti e rosolarli in padella antiaderente; salarli in superficie con sale dolce di Cervia e finire la cottura dolcemente. Scaldare velocemente e condire tutte le verdure, come una macedonia, con olio e sale. Disporre nel piatto gli ortaggi verdi, poi adagiarvi sopra il fletto di rombo; salsare con il beurre blanc scaldato senza farlo bollire; decorare con le erbe aromatiche.

In abbinamento: Champagne Dom Pérignon Vintage 2010

mo rilevato un incremento importante delle vendite del Moscato d'Asti. Sicuramente le prospettive non sono rosee, ma siamo convinti che anche in questo periodo non mancherà la voglia di celebrare».

Per **Paolo Ricagno**, presidente del Consorzio Vini d'Acqui che tutela il Brachetto d'Acqui Docg, «il periodo che stiamo attraversando è difficile e complicato. Le emergenze che si susseguono e le disposizioni messe in atto dai Governi per contrastarle ci costringono a riprogrammare le produzioni e a ripensare al futuro della nostra filiera. Tuttavia, nonostante tutte queste gravi incognite e le ripercussioni che queste hanno e avranno sui consumi, siamo certi che in vista nelle feste di fine anno il Brachetto d'Acqui Docg riuscirà a soddisfare il pubblico di appassionati che amano questo vino perché ne apprezzano l'unicità e l'originalità. È un legame che non si può spezzare. Chi sceglie il Brachetto d'Acqui Docg lo fa perché sa perfettamente che è un vino unico nel panorama enologico mondiale e noi siamo gli unici a produrlo seguendo le tradizioni e con le corrette tecnologie in vigna e in cantina. Una garanzia di origine e di produzione confortata dal fatto che il Brachetto d'Acqui Docg, venduto per il 65% sul mercato italiano, è vino ideale con i dolci natalizi, sia quelli regionali sia quelli della tradizione nazionale. Inoltre - aggiunge Ricagno - è tra i pochi vini che è possibile gustare con il cioccolato. Una "coccola" in più che quest'anno proprio non deve mancare per noi e per i nostri cari».

Signorvino cerca nuove strade nel connubio arte-vino

In un anno che si conferma drammatico, soprattutto per il settore della ristorazione, la catena Signorvino, nata nel 2012 e arrivata oggi a ben 18 punti vendita sul territorio nazionale, ha voluto reagire con positività incrementando le proposte online, il delivery e sviluppando il concetto di omnicanalità. «Siamo tutti preoccupati per la situazione che stiamo vivendo, a livello sanitario ma anche economico - fa notare **Federico Veronesi**, general manager Signorvino - abbiamo avuto un inevitabile calo del fatturato che sta proseguendo. La parte di vendite online sta in parte ovviando a questa difficile situazione e speriamo che, anche in vista del periodo natalizio, si assista ad un incremento di vendita: pensiamo ad esempio alle bollicine italiane, immancabile brindisi o regalo per le feste».

«Proprio per celebrare questa tipologia di vino - aggiunge Veronesi - abbiamo voluto mettere in relazione un esempio di arte moderna italiana, lo street artist Teo Kay Kay, con un'azienda simbolo ➜

CHAMPAGNE

MOËT & CHANDON GRAND VINTAGE 2012

I vini creati da uve nere, specialmente il Meunier, si sono rivelati particolarmente buoni, uno dei motivi per cui sono parte predominante dell'assemblaggio.
Giallo pallido luminoso, con riflessi verdi e scintillanti. I primi sentori di fiori bianchi freschi evolvono in note di pasticceria, dolce e bionda, punteggiate da sfumature di noce fresca, nocciola e fette biscottate.
Una prima impressione armoniosa, fresca e fluida. La consistenza si sviluppa poi in una sensazione soffice come il cashmere. La dolcezza iniziale lascia gradualmente spazio ad una struttura più vivace che si estende e persiste creando una gradevole nota finale di sapidità.

Moët Hennessy
via Tonale 26 - 20125 Milano
Tel 02 6714111
www.moethennessy.it

CHAMPAGNE

MOËT & CHANDON ROSÉ IMPÉRIAL

L'assemblaggio è costruito sull'intensità del Pinot Nero, il sapore fruttato del Meunier e la raffinatezza dello Chardonnay. L'utilizzo di vini di riserva attentamente selezionati (20-30%) completa l'assemblaggio e ne esalta l'intensità, la delicatezza e l'armonia.
Rosa brillante percorso da sfumature rosso primario e bagliori violacei.
Gli aromi sono intensi e irresistibili, un vivace bouquet di frutti di bosco rossi freschi (fragola, lampone e ribes) con note floreali (rosa, biancospino) e un tocco pepato.
La bocca, sgargiante, unisce intensità e rotondità: corposa e succosa inizialmente e poi decisa (noccioli), con un lieve retrogusto di erbe (menta).

Moët Hennessy
via Tonale 26 - 20125 Milano
Tel 02 6714111
www.moethennessy.it

CHAMPAGNE

RUINART ROSÉ BRUT

Il colore è di un rosa granato delicato dai riflessi leggermente aranciati. L'effervescenza è vivace e leggera, con un perlage persistente. Al naso si presenta fresco e delicato con profumi di frutti esotici (guava, litchi) e di piccoli frutti rossi (lampone, ciliegia, fragolina di bosco). Le note di rosa e di melagrana completano il suo profilo aromatico complesso e intenso.
All'esame gustativo l'attacco è deciso con una dolce effervescenza. Gli aromi di frutti rossi appena colti si esprimono pienamente. In questo equilibrio si coniugano una rotondità golosa e una piacevole freschezza, che si esprime con un tocco elegante e vivace di menta e di pompelmo rosa.

Ruinart - Moët Hennessy
via Tonale 26 - 20125 Milano
Tel 02 6714111
www.ruinart.com

della produzione vinicola del Belpaese nota in tutto il mondo, Ferrari. 30 le bottiglie decorate a mano e dedicate al nostro Paese. Un connubio fra arte e vino che abbiamo voluto dedicare al nostro tricolore per un progetto che speriamo possa essere un messaggio positivo al nostro Paese che non può arrendersi e che deve credere nella ripresa. Soprattutto le grandi aziende che devono essere mosse da un grande senso di responsabilità. Signorvino in questi mesi ha continuato ad investire, abbiamo due prossime aperture a breve su Milano e quindi numerose assunzioni imminenti: facciamo il possibile per dare il nostro contributo non soltanto in senso aziendale ma verso la collettività».

Bollicine d'oltralpe

Il 2020 è stata un'annata particolare per il vigneto Champagne. Vendemmia precoce e splendida che completa una trilogia eccezionale: come nel 2018 e nel 2019, le condizioni climatiche hanno offerto una vendemmia di altissima qualità. Lo Champagne è un prodotto di lusso legato alle celebrazioni e sta soffrendo delle conseguenze economiche e sociali dell'epidemia con un netto calo dei consumi. Sull'intero anno le vendite rischiano di crollare, secondo le previsioni più pessimistiche, sotto i 200 milioni di bottiglie, contro i 297 milioni del 2019 e al livello del 1985. Da tenere presente che circa il 40% delle vendite annuali si fanno tra settembre e dicembre. Per il vigneto di Champagne, un sostenitore della legge "EGAlim" per il controllo del sottocosto e delle promozioni, è fuori discussione svendere le bottiglie, che saranno conservate in attesa di tempi migliori, quindi è stato deciso di tagliare la produzione del 22% per evitare sovrapproduzione e circa 1,25 miliardi di bottiglie, ovvero quattro anni di scorte, riposano nelle cantine.

«Le vendite del primo semestre sono state quasi paralizzate per i tre mesi del lockdown, dopo un gennaio e un febbraio positivi che facevano ben sperare», sottolinea **Massimo Sagna**, importatore in Italia di grandi miti come Champagne Louis Roederer. «Dal mese di giugno si è ripreso a lavorare con ottimi ritmi che hanno permesso di recuperare parte del calo subito nel periodo marzo-maggio. L'andamento è rimasto positivo fino a due terzi di ottobre. Le nuove misure restrittive hanno causato una repentina frenata del lavoro in quasi tutti i settori, con poche eccezioni. Hanno continuato a lavorare bene le società ben strutturate per la vendita online. il futuro non si può prevedere, ma ri- ➡

JACQUESSON CUVÉE 743 EXTRA BRUT

La Cuvée n.743 Extra Brut di Jacquesson è il frutto dell'assemblaggio di vini della vendemmia 2015, provenienti da decine di parcelle, completati con alcuni dei predecessori: i "vins de réserve", conservati in cantina per diversi anni. In questo processo diventa fondamentale catturare il meglio di ogni annata, evitando di negare le variazioni proprie di ogni raccolto.

Le "Cuvées", vengono numerate proprio per datarle e per metterne in evidenza le differenti personalità. La n.743 nasce dopo 5 anni di élevage e di vieillissement in cantina ed è stata prodotta con lo scopo di mettere in risalto le peculiarità dell'annata per un'esperienza di degustazione unica e speciale.

Pellegrini Spa
via Mazzini 43 - 24034 Cisano Bergamasco (Bg) - Tel 035 781010
www.pellegrinispa.net

LAURENT-PERRIER GRAND SIÈCLE GRAND CUVÉE

Ben oltre i millesimi rari, Grand Siècle è l'unione di tre annate eccezionali di profilo enologico complementare. Grand Siècle è l'espressione unica di eccellenza in uno champagne: «è la fusione del meglio con il meglio per ottenere il meglio».

Dal carattere brillante con una bella effervescenza. Un naso intenso e complesso di frutta leggermente candita, seguito da aromi di pasticceria, mandorle tostate con sottili note di miele e pan di zenzero.

Ben arrotondato e sviluppato, il vino porta una sensazione di pienezza mentre la sua bella mineralità lascia una straordinaria sensazione di freschezza. Offre un equilibrio perfetto tra forza e delicatezza.

Laurent-Perrier Italia
via Farini 9 - 40124 Bologna
Tel 051 648 6537
www.laurent-perrier.com

KETTMEIR ATHESIS BRUT ROSÉ

Naturalmente eleganti, istintivamente raffinate, le bollicine di questo Metodo Classico firmato Kettmeir sprigionano già al primo assaggio un'intensa aromaticità e una deliziosa freschezza. Elaborata grazie a più di un secolo di storia e di esperienza in cantina, questa cuvée di Pinot Nero e Chardonnay affina sui lieviti per almeno 22 mesi. Colore rosa tenue con riflessi pesca, perlage fine e persistente, si esprime con note fruttate di lampone e spezie dolci. Al palato si dispiega elegante e dinamico, con la leggiadra freschezza e la delicata cremosità a rendere persistenti i profumi di piccoli frutti di bosco ed erbe aromatiche.

Kettmeir
via Cantine 4 - 39052 Caldaro (Bz)
Tel 0471 963 135
www.kettmeir.com

Ricette
di Marco Fadiga,
Chef de cuisine
Moët & Chandon

TATIN DI POMODORO NERO

Ingredienti (per 4 persone):
12 Pomodori medi, olive greche nere, olio d'oliva siciliano, 1 spicchio d'aglio, timo, 4 fette di pane raffermo (dal giorno prima), 2 foglie d'alloro, sale Maldon, pepe

Preparazione
Incidere delicatamente una croce sul fondo dei pomodori e immergerli in acqua bollente per circa 6 secondi prima di sbucciarli. Tagliare in quattro i pomodori pelati e privarli del cuore e dei semi. Disporli su una teglia, aggiustare di sale e pepe e aggiungere il timo, una foglia di alloro e lo spicchio d'aglio schiacciato. Cuocere in forno a 180°C per 25 minuti.
Affettare sottilmente, nel senso della lunghezza, una baguette rimasta dal giorno prima. Disporre le fette su una teglia, aggiungere olio d'oliva, timo e sale e cuocere in forno a 180° C per 5 minuti. Nel frattempo tritare le olive greche. Sfornare i pomodori (devono essere arrostiti ma ancora morbidi), disporli in un coppapasta insieme all'aglio e al timo affettati finemente. Utilizzando un cucchiaino, premere delicatamente il contenuto. Infornare di nuovo per 10 minuti. Con una spatola adagiare il ripieno (sempre nel coppapasta) su carta assorbente per togliere l'olio in eccesso.
Trasferire nel piatto e rimuovere delicatamente il coppapasta.
Salare e guarnire il ripieno con la bruschetta. Cospargere con le olive tritate, disporre i petali di pomodoro e gustarli ben caldi.

Il consiglio dello chef
Disponete le bucce di pomodoro su una teglia e infornate a 60°C per fare dei petali con cui guarnire e decorare il vostro piatto.

In abbinamento: Moët & Chandon Rosé Imperial

ZUPPA DUBARRY THAI, CAVIALE DI LIMONE CON UOVA DI RICCI DI MARE

Ingredienti (per 4 persone):
1/2 cavolfiore, 1 patata, 400 ml di latte di cocco, 100 ml di brodo di pollo, 1 mazzetto di lemongrass, 3 ricci di mare, 40 g di burro, sale, pepe, caviale di lime

Preparazione
Lasciar infondere il latte di cocco con il mazzetto di lemongrass e le sue foglie in un sacchetto sottovuoto per una notte.
Aprire i ricci di mare e pulire accuratamente i coralli. Conservare l'acqua di vegetazione per un'altra preparazione.
Scottare il cavolfiore. Poi passare sotto l'acqua fredda, scolare e stufare per 20 minuti con 40 g di burro fuso. Tagliare a quarti e aggiungere patate, l'infuso di latte di cocco, il brodo di pollo, sale e pepe.
Cuocere per 20 minuti, quindi con un robot da cucina ottenere una vellutata. Guarnire con le lingue di riccio di mare e una generosa porzione di caviale di lime.

Il consiglio dello chef
La quantità di caviale di lime deve essere generosa. È l'elemento complementare più importante nella ricetta per esaltare l'abbinamento con lo Champagne.

In abbinamento:
Moët & Chandon
Grand Vintage 2012

tengo che, se si riaprono le attività a fine novembre, le vendite sicuramente si riprenderanno e si potrà limitare i danni arrecati dal Covid. Il 2020 resterà comunque nella storia come l'anno più difficile degli ultimi decenni».

Spumanti da zone non di tradizione

Complice la ricchezza ampelografica di vitigni autoctoni che il nostro Paese ha a disposizione, negli ultimi anni si è notato un aumento nella produzione di spumanti prodotti in zone diverse da quelle di maggiore tradizione. Numeri minoritari rispetto a Franciacorta, Prosecco, Trentodoc, Asti, ma che portano nel bicchiere le potenzialità del territorio raccontando storie di eccellenza che incuriosiscono il pubblico di appassionati, creando nuovi sbocchi produttivi.

È recente il lancio di un'edizione speciale dello spumante metodo Classico Pas Dosé della cantina Scacciadiavoli, una delle realtà vitivinicole più antiche del territorio umbro con oltre un secolo di storia. Una produzione limitata, affinato per 10 anni sui lieviti, 85% Sagrantino, il rimanente Chardonnay, ricco e cremoso con una buona intensità di frutti agrumati accompagnati dalle note tostate e burrose. Nel Lazio, l'azienda Marco Carpineti utilizza l'antico vitigno Bellone, recuperato e interpretato in un metodo Classico con 24 mesi sui lieviti, mentre con il Nero Buono di Cori ottiene il Kius Extra Brut Rosé, 36 mesi sui lieviti.

In Abruzzo a Giulianova (Te) l'azienda Faraone è stata la prima della regione ad aver ricevuto l'autorizzazione a produrre spumante. Con il vitigno Passerina produce un brut metodo Classico di grande personalità e dal sorso maturo. Pecorino 60%, Cococciola e Passerina per il restante 40% da vigneti coltivati su terreni a giacitura collinare nel comune di Controguerra, in provincia di Teramo, danno vita ad Auspicio, un metodo Classico dell'azienda Lidia & Amato. Con il Nerello Mascalese la cantina Firriato prepara Gaudensius Blanc de noir, Etna Doc Metodo Classico Brut, la cui vinificazione avviene all'interno della cantina ricavata in un baglio etneo del Seicento.

Risalendo lo Stivale, ad Albenga (Sv) in Liguria, La Vecchia Cantina con uve Pigato, vitigno rappresentativo del Ponente ligure, produce un metodo Classico dosaggio zero, U Bertu, in onore del fondatore. E terminiamo in Piemonte, nella bassa Val di Susa, con il brut millesimato, 24 mesi sui lieviti, da uve Baratuciat prodotto da Agriforest di Almese (To). Poche bottiglie per la prima annata, quasi una produzione sperimentale con la volontà di crescere.

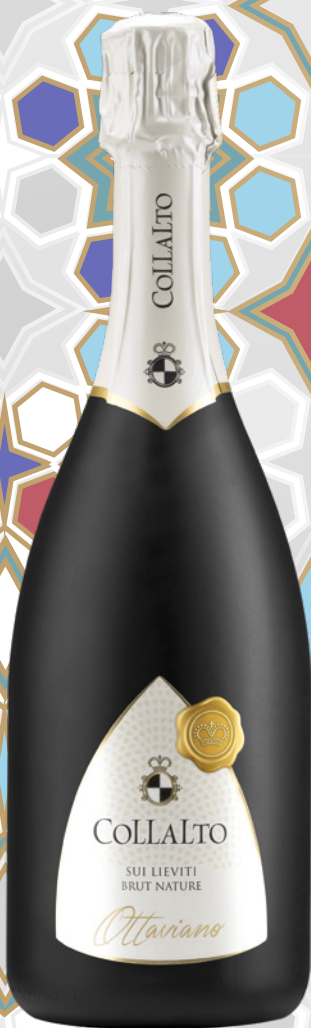
Vini affinati in luoghi insoliti

Il periodo di affinamento nel metodo Classico è una delle fasi più importanti nel processo di produzione delle bol- ➡

licine. Il vino si "rifinisce" e vengono definite le caratteristiche aromatiche. Assenza di luce e di rumore, temperatura e umidità costanti e immobilità sono condizioni fondamentali per la scelta del "luogo perfetto". Partendo dalle suggestive grotte scavate nel gesso che risalgono all'epoca gallo-romana nella zona dello Champagne fino alle diverse sperimentazioni di questi ultimi decenni, sono tante le pratiche che fanno tendenza.

Pioniera nella ricerca di luoghi inconsueti è stata l'azienda vinicola Bisson di Chiavari (Ge) che già nel 2009 posò in fondo al golfo di Portofino 6.500 bottiglie di Abissi Riserva Marina di Portofino a base Bianchetta, Vermentino Ligure e Cimixià. Nelle acque di Porto Conte in Sardegna, la Cantina sociale di Santa Maria di Palma fa affinare l'Akenta il cui nome deriva dall'augurio sardo "A Chent'annos", è uno spumante vermentino di Sardegna Doc, prodotto secondo il metodo Charmat da uve coltivate all'interno del Parco di Porto Conte dalla Cantina sociale di Santa Maria di Palma.

Dall'acqua di mare a quella dei laghi: nelle profondità del lago d'Iseo nasce il Nautilus cru storico, Blanc de Noirs, niente Cuvée, solo vendemmia di un anno, a 35 metri di profondità, sul fondale antistante Peschiera Maraglio, comune di Monte Isola. Sul fondo del lago di Garda a 38 metri di profondità la cantina Riva del Garda nel mese di giugno ha inabissato 1.200 bottiglie di spumante Brezza Riva Riserva, uve Chardonnay che crescono in un prezioso vigneto collocato nell'Alto Tennese a conduzione biologica.

Dal mare alla montagna, nei locali all'interno del Pavillon du Mont Fréty, la stazione intermedia della funivia rotante Skyway del Monte Bianco a 2.173 metri, troviamo un vino davvero estremo, la Cuvée des Guides, un extra brut prodotto dalla Cave Mont Blanc di Morgex et La Salle con le uve Prié Blanc di vitigni coltivati sino a 1.200 metri di quota, sul versante della sinistra orografica della Dora Baltea. Ma ci sono anche le grotte: la cantina ligure Durin, dopo una ricerca durata 15 anni, ha pensato di affinare il proprio metodo Classico nella Grotta Basura, nel complesso delle Grotte di Toirano, in provincia di Savona. Tramin, cantina altoatesina, tra le più antiche della zona, ha scelto la miniera di Monteneve, in Val Ridanna, per affinare il suo Gewürztraminer Epokale, l'annata del debutto quella del 2009. In Piemonte, l'azienda vinicola L'Autin ha scelto una miniera di talco abbandonata in Val Germanasca per il suo Eli brut. Ed ancora l'azienda Nove Lune di Bergamo affina lo spumante Costa Jels, prodotto con uve Bronner, Johanniter e Souvignier gris, nell'omonima miniera a Gorno.

CONEGLIANO VALDOBBIADENE DOCG

COLLALTO OTTAVIANO SUI LIEVITI

Il colore giallo paglierino, luminoso, appare caratterizzato da vivaci bollicine, fini e incessanti. I tipici profumi floreali e fruttati della varietà, qui elegantemente definiti e intensi, sono affiancati da accattivanti sentori fragranti di pasticceria secca, ancor più evidenti rimettendo in sospensione i lieviti di rifermentazione.
Note di erbe aromatiche e "minerali" ne completano l'invitante complessità olfattiva. Al palato è rinfrescante e avvolgente, di carattere. Le bollicine, sottili e piacevolmente stuzzicanti, lo rendono brioso. Il finale, sapido, gustoso e ricco di note fruttate e fragranti di pasticceria, regala un prolungato piacere gustativo.

Conte Collalto
via XXIV Maggio 1 - 31058 Susegana (Tv)
Tel 0438 435811
www.cantine-collalto.it

VALDOBBIADENE DOCG

MARSURET SUPERIORE DI CARTIZZE

La punta di diamante nella produzione Marsuret nasce nel Pentagono d'oro. Un vero e proprio cru nelle colline di Valdobbiadene, dalla perfetta combinazione fra un microclima dolce e un terreno antichissimo. Un luogo dove il sole dipinge i grappoli del colore dell'oro. Vinificazione in bianco, con pressatura soffice e una resa massima del 70%. Giallo paglierino scarico brillante, con perlage vivace e persistente, al naso è leggermente aromatico con sentori di fiori e frutta matura. In bocca è amabile, armonico, setoso e gradevolmente aromatico. Ideale come vino da dessert, accompagna bene dolci secchi. Eccezionale per tutte le occasioni importanti.

Marsuret
via Barch 17 - 31049 Guia di Valdobbiadene (Tv) - Tel 0423 900139
www.marsuret.it

VALDOBBIADENE DOCG

SANTA MARGHERITA PROSECCO SUPERIORE BRUT

Tra i pionieri della spumantizzazione a Valdobbiadene già agli inizi degli anni '50, Santa Margherita porta oggi questo iconico Prosecco Superiore Brut sulle tavole di oltre 90 Paesi nel mondo. Immaginato per un pubblico moderno, che cerca una bollicina coerente con il proprio stile di vita, resta saldamente legato alla tradizione, rispettando fedelmente il territorio d'origine. Colline di natura morenica, dalle grandi pendenze, che unite al savoir faire di Santa Margherita regalano un Prosecco dalla mirabile luminosità visiva, fragranza aromatica, grande freschezza gustativa e propulsione finale. Piacevolmente fruttato, ricorda la mela renetta e i fiori di pesco.

Santa Margherita
via Ita Marzotto 8 - 30025 Fossalta di Portogruaro (Ve) - Tel 0421 246 111
www santamargherita com

ALPEREGIS CAMBIA LOOK
STILE MINIMAL ED ELEGANTE

AlpeRegis ha da poco cambiato immagine, con un look tutto nuovo, accattivante nel suo minimalismo si presenta come un prodotto più accattivante e dinamico, che porta la sua personalità a livelli fino ad ora mai raggiunti. Il lettering del nuovo marchio è più pulito e moderno, il packaging è stato reso più essenziale, liberato dalle marcate cornici in lamina per dare spazio a forme più contemporanee e a dettagli raffinati. L'immagine 2020 è caratterizzata da tratti affilati che conferiscono leggibilità ed eleganza ai testi e agli elementi grafici, le nuances di colori di etichette e capsule sono state riviste per valorizzare maggiormente i prodotti con tonalità inedite e raffinate. Decisamente una nuova iniezione di stile, che proietta questa gamma nel futuro.

Una nuova iniezione di stile, che proietta la gamma AlpeRegis nel futuro, per soddisfare le aspettative di un cliente sempre più esigente sia in termini qualitativi che di attenzione ai trend di consumo

Trentodoc Millesimato

Rotari AlpeRegis è una linea di raffinati millesimati dedicati agli amanti della buona cucina e del buon vivere. Tre sono le tipologie prodotte: Extra Brut, Pas Dosé e Rosé. Il nome "AlpeRegis" evoca la figura regale di Rotari e un forte richiamo al territorio alpino, che ha contribuito a rendere leggendario Rotari fissando le sue gesta nella storia. Aromi e profumi inconfondibili raccontano un territorio, i suoi frutti e un metodo di produzione antico e rinomato. Lo Chardonnay e il Pinot Nero di montagna, la passione dei viticoltori e il duro lavoro in vigna creano le condizioni ideali per ottenere uve qualitativamente eccellenti.

AlpeRegis si ottiene esclusivamente selezionando i grappoli che all'assaggio esprimono una piena fragranza di aromi e una ricca componente acidica, presupposti per conferire struttura, aromaticità e longevità a un Metodo Classico Rotari. AlpeRegis fermenta una prima volta in acciaio e solamente per una piccola percentuale in legno: in questo modo tutti gli aromi della base spumante rimangono intatti e si mantengono tipici e inconfondibili del modo di rispecchiare il territorio. La seconda fermentazione direttamente in bottiglia dona profumi più complessi, ottenuti dalla lunga sosta sui lieviti: minimo 36 mesi per la tipologia Rosé, 48 per l'Extra Brut e ben 60 mesi per il Pas Dosé. I lieviti lavorano per più di un mese in condizioni ideali di temperatura, dando vita a un delicato perlage, fine e persistente, che una volta nel bicchiere sarà testimone di una lenta e perfetta fermentazione. A contatto con le cellule di lievito AlpeRegis continua a maturare ad una temperatura di circa 12°C affinando sempre più il proprio carattere fino al momento della sboccatura. Un minuzioso lavoro di assaggi e la successiva aggiunta della liqueur finale mira a mantenere intatta la franchezza del prodotto di origine.

AlpeRegis Rosé

Prodotto con uve vendemmiate a mano dei propri vigneti nelle zone collinari più vocate della Valle dell'Adige in Trentino. Ottenuto da uve Pinot Nero (85%) e Chardonnay (15%) con il tradizionale metodo della rifermentazione in bottiglia. Dopo l'aggiunta di zucchero e lieviti selezionati, il vino è stato imbottigliato e sottoposto ad una lenta rifermentazione in bottiglia alla temperatura di 12°C per circa 60 giorni. Segue la lenta fase di maturazione sui lieviti di 36 mesi per terminare con la sboccatura dove è prevista l'aggiunta della liquor d'expedition.

Ancora un periodo di riposo di minimo 6 mesi in locali dedicati e finalmente dopo questa paziente attesa è possibile stappare una bottiglia di AlpeRegis Rosé e ammirare in un ampio calice le lunghe catenelle di fini bollicine che elevano al naso note suadenti di piccoli frutti selvatici. Lampone e ribes si alternano a note di lievito e crosta di pane per una lunga e piacevole armonia. Ottimo come aperitivo, ideale a tutto pasto con primi a base di pesce e secondi cotti in umido.

cod 71063

Rotari
via Tonale 110 - 38016 Mezzocorona (Tn) - Tel 0461 616399
www.rotari.it

BELLAVISTA E TEATRO ALLA SCALA

MUSICA E VINO PORTANO SPERANZA

Era il 2004 quando Bellavista alzò per la prima volta i calici del suo Franciacorta per brindare al rinnovo del Teatro alla Scala dopo l'importante ristrutturazione. Oggi, nonostante il particolare momento che stiamo vivendo, l'azienda continua a supportare e condividere con il Teatro alla Scala di Milano i valori di una tradizione tutta italiana. Nel corso di questa collaborazione, il Brut Millesimato è diventato il vino ufficiale: per ogni vendemmia una stagione teatrale, per ogni Prima del 7 dicembre un nuovo vintage. Quest'anno tuttavia, a causa dell'epidemia che ha colpito l'Italia, la celebrazione dell'apertura della stagione 2020 è messa fortemente in discussione.

Nonostante questo, Bellavista è vicina al Teatro alla Scala e come ogni anno ha prodotto il Brut 2015, una bottiglia dedicata alla forza e alla bellezza dell'Italia. Tutto è pensato per rendere omaggio alla storia del Teatro ed è l'omaggio di chi è consapevole che ogni onore porta con sé una responsabilità.

«Quest'anno in particolare - afferma **Francesca Moretti**, presidente del gruppo Terra Moretti Vino - Bellavista vuole rappresentare la speranza di brindare alla forza e alla tenacia di un popolo che anche nei suoi momenti più bui riesce a rialzarsi e ripartire. Il Brut 2015 è per noi sinonimo di cultura, un vino che rappresenta l'unione tra mondi diversi: quello vitivinicolo, quello teatrale, quello musicale e quello storico. Inserirsi in questo contesto significa sentirsi parte della storia e noi traiamo ispirazione dalla creatività e dal talento che rendono unico il Teatro alla Scala nel mondo. Una soddisfazione e un privilegio, ma anche uno stimolo che ci sprona ancora di più a dare sempre il meglio».

«Non sappiamo se quest'anno il 7 dicembre sarà messa in scena la Prima della Scala e in quali modalità - prosegue Francesca Moretti - ma quello che sappiamo è che Bellavista non smetterà mai di sostenere questa istituzione della cultura italiana. Crediamo molto nell'arte e siamo dispiaciuti che il teatro, i musei e la musica stiano soffrendo gli effetti del distanziamento sociale. Il nostro millesimato è un vino unico e questo Brut 2015 rappresenta per noi oggi l'emblema della celebrazione: alla bellezza, alla vita e alla salute, che oggi è l'augurio più bello. È un vino che esprime l'intensità dell'inverno, i fiori bianchi di una primavera fresca, il sole e la morbidezza della luce estiva. Per produrre un vino così, ci vogliono anni di lavoro, ci vuole l'amore per la propria terra e per la bellezza della natura». cod 70850

Bellavista
via Bellavista 5 - 25030 Erbusco (Bs)
Tel 030 7762000 - **www.bellavistawine.it**

Francesca Moretti

foto del servizio: Aromi.group

LE MARCHESINE GUARDA AVANTI TRA SUCCESSI E NUOVI PROGETTI

Nonostante il 2020 sia un anno di grande difficoltà per tutto il Paese, che a causa della pandemia ha registrato una battuta d'arresto in molti settori, con danni economici incalcolabili, l'azienda della famiglia Biatta rappresenta un esempio di dinamismo che dà speranza per il futuro. Nell'anno in corso, infatti, Le Marchesine ha messo a segno una serie di novità e successi: dalla costruzione di una nuova e avveniristica cantina al restyling del brand, fino ai riconoscimenti sulle guide di settore. Tutto questo, nonostante l'emergenza Covid.

Il più grosso investimento dell'anno è rappresentato dalla costruzione della nuova cantina: un grande progetto architettonico e un enorme sforzo per una realtà familiare come questa, ma una necessità per continuare a guardare al futuro, senza lasciarsi abbattere dagli avvenimenti. Accanto alla cantina storica è sorta un'area di 700 mq dedicata ai vasi vinari a cui si aggiungono 2.980 mq sotterranei per le pupitres meccanizzate e le zone di affinamento e stoccaggio, raggiungibili anche da persone con disabilità per mezzo di un ascensore. Dall'anno prossimo a questa nuova struttura se ne affiancherà un'altra di 1.000 mq su tre piani dedicata agli uffici e all'hospitality con sale degustazione e una cucina attrezzata per ospitare eventi sia privati che aziendali.

I lavori sono proseguiti anche in un altro ambito, infatti durante il lockdown si è svolto un completo restyling dell'immagine dell'azienda: dal sito internet con shop online annesso all'ammodernamento del logo, che sarà presentato nei prossimi mesi, fino alla rinnovata strategia sui nuovi mezzi di comunicazione per arrivare a nuovi clienti in Italia e non solo. Da ultimo, tra le notizie liete per l'azienda sono poi da annoverare i numerosi e prestigiosi premi ricevuti da diversi prodotti in questi ultimi mesi, tra cui i 3 Bicchieri della Guida Gambero Rosso 2021 per il Secolo Novo 2012 Brut, che viene premiato anche con i 5 Grappoli dalla Guida Bibenda 2021, le 4 Viti della Guida ai Vini d'Italia Vitae 2021 (Ais) per il Franciacorta Brut Rosé 2016; le 4 Stelle della Guida Vinibuoni d'Italia 2021 per il Franciacorta Brut Blanc de Blancs 2012 e per il Franciacorta Satèn 2016, che ottiene anche le 4 Rose Camune dalla Guida Viniplus 2021. cod 71149

Andrea, Loris e Alice Biatta

Le Marchesine
via Vallosa 31 - 25050 Passirano (Bs)
Tel 030 657005
www.lemarchesine.com

MIRABELLA

VOCAZIONE NATURALE AL FRANCIACORTA DI QUALITÀ

Mirabella nasce nel 1979 da un gruppo di appassionati di viticoltura ed enologia e fin da subito si contraddistingue nel valorizzare la tipicità e le potenzialità del Franciacorta. L'azienda, oggi di proprietà di Teresio Schiavi e dei figli Alessandro e Alberto, conta complessivamente 50 ettari di terreni gestiti con agricoltura biologica e distribuiti nella zona orientale della denominazione.

Il nome Mirabella deriva dal primo vigneto monovarietale di Pinot Bianco situato sulle colline di Paderno Franciacorta. È proprio l'uso di questo vitigno, cosa ormai rara in Franciacorta, una delle cifre stilistiche che contraddistingue l'azienda. Da sempre definito "enfant terrible", il Pinot Bianco soffre più di altri vitigni dell'instabilità climatica e territoriale. Ciò nonostante, Mirabella ne ha mantenuto una quota importante di vigneto data la particolare vocazionalità dimostrata dai propri terreni, affermandosi così come la prima realtà della denominazione in quanto a ettari dedicati.

Proprio da grappoli selezionati dai più vecchi vigneti di Pinot Bianco (15%), Chardonnay (65%) e Pinot Nero (25%), nasce lo storico DØM Franciacorta Dosaggio Zero Riserva Docg, quest'anno presente con il nuovo millesimo 2012. Nel calice il DØM colpisce per i riflessi oro antico e l'eccellente limpidezza, al naso sorprendono le note mielose, la vaniglia e i sentori di frutta esotica. In bocca è secco e vellutato, per una stoffa e un'armonia da ricordare.

Accanto a questa cuvée, il DØM Rosé Franciacorta Dosaggio Zero Riserva, nato in onore dei 40 anni di Mirabella, festeggiati nel 2019 insieme ai 70 anni di Teresio. Il DØM Rosé è un taglio inedito di uve 60% Pinot Nero, 25% Pinot Bianco e 15% Chardonnay selezionate e raccolte a mano dagli storici cru di Paderno. Il Pinot Nero regala note pungenti di sinuosa speziatura, i sentori di bacche rosse selvatiche donano rotondità e l'effervescenza ha la dolcezza del pompelmo rosa. L'affinamento è sui lieviti per almeno 100 mesi, in seguito il DØM Rosé riposa in bottiglia almeno 6 mesi dopo la sboccatura. cod 71123

Mirabella
via Cantarane 2 - 25050 Rodengo Saiano (Bs)
Tel 030 611197
www.mirabellafranciacorta.it

QUANDO IL
DESSERT SENZA
GLUTINE
E' SERVITO
IN UN MINUTO

Schär
GLUTEN-FREE

TORTINO AL CIOCCOLATO SENZA GLUTINE:
IL NUOVO DESSERT SCHÄR PER LA RISTORAZIONE PROFESSIONALE

Dr. Schär Foodservice presenta il nuovo **Tortino al cioccolato Schär, un soffice dessert al cioccolato con un goloso cuore fondente, senza glutine e senza frumento.** Surgelato e confezionato in comode e sicure monoporzioni, è pronto in 40 secondi di microonde.

WWW.DRSCHAER-FOODSERVICE.COM

CARTA D'IDENTITÀ

NOME: Tortino al Cioccolato, il dessert scenografico amato da tutti in versione gluten-free. Tutta la golosità del cioccolato per un morbido tortino dal cremoso cuore fondente.

LINEA: "Dolci e dessert" dell'assortimento Dr. Schär Foodservice dedicato alla ristorazione professionale. Qualità e sicurezza garantiti da Schär, leader europeo del gluten-free da oltre 35 anni.

METODO DI PREPARAZIONE: Pronto in meno di un minuto nel microonde o in circa 12 minuti nel forno tradizionale.

PLUS: Le personalizzazioni sono infinite, dall'accostamento ai frutti rossi, con una spolverata di zucchero a velo, alla pallina di gelato alla vaniglia senza glutine e una fogliolina di menta, per dare un tocco di freschezza.

SEGNI PARTICOLARI: Confezionato in pratiche monoporzioni e surgelato: massima sicurezza e 16 mesi di shelf life. I loghi Schär sul film protettivo del singolo Tortino evitano lo scambio di prodotto. 12 pezzi per cartone.

Dr Schär Foodservice

TORTINO AL CIOCCOLATO
THE BEST FOR YOUR GUESTS

OTTAVIANO

PREZIOSO OMAGGIO ALLE RADICI DI COLLALTO

Il grande libro della famiglia dei Conti di Collalto inizia quando il Re d'Italia Berengario nel lontano 958 fece dono a Rambaldo, il capostipite, di prati, pascoli e vigneti sulle colline trevigiane. Un intreccio di tanti racconti, avvincente come un poema cavalleresco. Dai cavalieri del Medioevo i Collalto hanno ereditato lo spirito di lealtà e di rispetto verso il territorio, che per secoli hanno custodito preservandone l'equilibrio naturale e valorizzandone le caratteristiche agronomiche, vitivinicole e paesaggistiche.

Erede di questa storica tradizione è la principessa Isabella Collalto de Croÿ. È dal 2007 che la principessa segue personalmente i vigneti e la cantina ricevuti in eredità dal padre, con lo stile che ha caratterizzato questo lungo racconto di famiglia. Spiccano, nella sua conduzione, l'attenzione per le innovazioni sostenibili nella cura dei vigneti e la ricerca qualitativa applicata alle caratteristiche del prodotto e del territorio.

Tutto ciò trova una sintesi nelle preziose bollicine di Ottaviano, un Prosecco Superiore "sui lieviti" brut nature. Ottaviano nasce dall'idea di riproporre, in chiave moderna, la tradizione della famiglia Collalto e delle colline trevigiane. Le uve provengono da un vigneto sulla collina di Colfosco e sono vinificate con un metodo antico, come le radici della famiglia Collalto.

Il prosecco "sui lieviti" rappresenta le origini dell'attuale prosecco spumante, una visione che pochi uomini illuminati hanno avuto sul finire dell'800 e che l'azienda ha voluto dedicare al conte Ottaviano I, il "conte agricoltore", che ha precorso i tempi e ha intuito prima di tutti la strada da intraprendere. A fine '800 il conte Ottaviano era nel consiglio della scuola enologica di Conegliano, era il socio di maggioranza del primo Comizio Agrario e iniziò a costruire la moderna cantina a Susegana. Erano gli anni in cui si cominciavano a sperimentare nuovi modi di vinificare il prosecco, gli anni delle prime spumantizzazioni. E il conte Ottaviano fu tra i pionieri del prosecco. cod 70722

Conte Collalto
via XXIV Maggio 1 - 31058 Susegana (Tv)
Tel 0438 435811
www.cantine-collalto.it

LESSINI DURELLO GIANNITESSARI
INTENSI MOMENTI DI FESTA

Gianni Tessari porta in tavola per le festività la sua inconfondibile produzione di Lessini Durello Spumante Metodo Classico. Tra i nomi più importanti del vino a Verona, il viticoltore di Roncà (Vr) esprime la propria statura di vignaiolo attraverso il confronto con tre terroir: Monti Lessini, Soave, Colli Berici. 55 ettari di vigneto distribuiti in tre aree Doc, Soave, Roncà per il Monti Lessini, e Sarego per i Colli Berici. **Gianni Tessari** ascolta i terroir e individua la strada maestra per la massima espressione enologica. È grazie a questa filosofia se il vignaiolo veronese si afferma come la grande firma del Lessini Durello Spumante Metodo Classico.

Sono tre le proposte Giannitessari per stupire con una bollicina inaspettata: Brut 36 Mesi, Extra Brut 60 Mesi e Pas dosé 120 Mesi. Tre versioni di metodo Classico con diverso affinamento sui lieviti, da uva 100% Durella dei Monti Lessini.

Gianni Tessari

«Ogni vino ha una sua anima, scritta dalla particolare simbiosi tra vite e terreno - spiega Gianni Tessari - con la sua acidità e mineralità il Durello dei Monti Lessini rappresenta un'ottima materia prima per la produzione di spumante metodo Classico. La rifermentazione in bottiglia consente di elaborare le bollicine più pregiate e ad aromi e sapori di perfezionare il proprio delicato equilibrio».

- Lasciato affinare nella cave sotterranee della cantina per minimo 3 anni, il **Lessini Durello 36 Mesi** acquista persistenza e si presta per brindisi di carattere. Nel bicchiere giallo brillante, con perlage fine, al palato è ben bilanciato tra acidità e mineralità con un finale persistente.
- Il **Lessini Durello Extra Brut 60 Mesi** conquista per la sua energia. Nella sua brillante veste oro antico, con riflessi bronzo, è uno spumante complesso, vivace ma con interessanti sfumature odorose mature.
- Se la saggezza fosse uno spumante, sarebbe un **Lessini Durello 120 Mesi**: dall'aroma complesso e dalla grande struttura, il Pas dosé di Giannitessari evoca lo scorrere del tempo e la forza dell'esperienza. cod 70676

Giannitessari
via Prandi 10 - 37030 Roncà (Vr)
Tel 045 7460070
giannitessari.wine

Un Prosecco da Uve Glera coltivate sulle colline di Valdobbiadene e trasferite in una bottiglia dorata: questo è il brut spumante di Bottega, ideale per brindisi natalizi di grande impatto

PROSECCO BOTTEGA GOLD

UN BRINDISI GLAMOUR A NATALE

Bottega Gold si conferma un Prosecco di grande successo che, anche grazie al packaging raffinato, ha conquistato i consumatori in Europa, in Asia e in America. Diversi tentativi di imitazione da parte di aziende concorrenti non hanno scalfito il successo dell'originale, ma al contrario hanno contribuito a diffonderne la notorietà.

Bottega Gold è un Prosecco Doc di grande aromaticità, che ha origine da uve provenienti dalla zona collinare di Valdobbiadene. La bottiglia dall'inconfondibile livrea dorata è realizzata con un esclusivo processo di metallizzazione, grazie al quale il colore oro diventa parte integrante della superficie esterna del vetro. È disponibile anche in versione Birillo (20 cl), Magnum (150 cl) e Jeroboam (300 cl). Questo prodotto, distribuito in enoteche, lounge bar, hotel e nei punti vendita duty free dei principali aeroporti, rappresenta un suggerimento intrigante per brindisi natalizi di grande impatto. Bottega Gold da 75 cl è in vendita in Italia con un prezzo al pubblico di circa 25 euro.

Uve raccolte a mano sulle colline di Valdobbiadene

Bottega Gold è un Prosecco spumante Brut, ottenuto dalla vinificazione in bianco di uve Glera, provenienti da Valdobbiadene. Questa zona è situata in prossimità delle Prealpi venete ed è caratterizzata da un clima perfetto per questa varietà di uve autoctone. I vigneti si trovano in zona collinare, in un territorio di assoluto valore paesaggistico e di grande tradizione vitivinicola. Le uve vengono raccolte a mano; quindi in cantina delicatamente pressate. Il mosto così ottenuto viene mantenuto in contenitori d'acciaio a una bassa temperatura per mantenerne inalterata la freschezza. Segue la fermentazione in autoclave per quasi 40 giorni a una temperatura controllata di 14-15°C con l'aggiunta di lieviti selezionati (metodo Charmat).

Bottega Gold si caratterizza per i profumi fruttati di mela, pera e frutta esotica e per il sapore fresco con retrogusto asciutto e fruttato. Perfetto come aperitivo, si presta alla preparazione di cocktail come il Bellini o il Rossini.

È inoltre uno spumante da tutto pasto: dagli antipasti ai primi piatti di qualsiasi tipo e a secondi di pesce. Il packaging è completato dalla particolare etichetta, la cui forma richiama la spuma del vino appena stappato.

cod 71072

Bottega
vicolo Aldo Bottega 2
31010 Bibano di Godega
di Sant'Urbano (Tv)
Tel 0438 4067
www.bottegaspa.com

SUPERIORE DI CARTIZZE MARSURET

FRESCO, ARMONICO, AROMATICO

Il Superiore di Cartizze Valdobbiadene Docg Dry di Marsuret rende ogni occasione un momento unico e speciale. Perfetto sotto l'albero per un magico Natale, immancabile nei calici dei brindisi delle feste

La punta di diamante nella produzione Marsuret nasce nel Pentagono d'oro. Un vero e proprio cru nelle colline di Valdobbiadene, dalla perfetta combinazione fra un microclima dolce e un terreno antichissimo, originatosi dal sollevamento di fondali marini. Un luogo dove il sole dipinge i grappoli del colore dell'oro. Dove prende vita la più elegante anima del Prosecco Superiore: il Cartizze. Grappoli dorati nati da cura e assoluta dedizione nei vigneti Marsuret, raccolti rigorosamente a mano nei primi giorni di ottobre, così ricchi di profumi e sapori intensi.

Marsuret, da sempre soprannome storico della famiglia Marsura, racconta una storia di viticoltori che dal 1936 coltivano la propria terra, cuore del Prosecco Superiore, riponendo nel lavoro di ogni giorno conoscenze, rispetto e profonda passione. Dopo il lavoro in vigna, in cantina ci si impegna a valorizzarne tipicità ed espressione.

Uno Charmat lento esalta aromaticità e freschezza, donando al vino un perlage fine, persistente e cremoso. Colore giallo paglierino delicato, profumo intenso. Un bouquet di frutta bianca matura rivela la bellezza di una terra unica al mondo e i fiori bianchi ne sottolineano l'estrema eleganza. Il sapore è armonico, setoso e avvolgente, in perfetto equilibrio con la dolcezza degli zuccheri nella versione Dry. Un'eccellenza riconosciuta e pluripremiata in concorsi nazionali e internazionali, da Vinitaly all'Annuario dei migliori vini italiani di Luca Maroni, fino all'ultima medaglia d'oro di Civiltà del Bere al concorso enologico "Wow! The Italian Wine Competition".

Marsuret con il suo Superiore di Cartizze Valdobbiadene Docg Dry rende ogni occasione un momento unico e speciale da vivere insieme. Perfetto sotto l'albero per un magico Natale, immancabile nei calici dei brindisi delle feste, è testimone principe di una bellezza senza tempo. Ogni bottiglia diventa una festa, che ritrova tutti un po' più uniti.

cod 70982

Marsuret
via Barch 17 - 31049 Guia di Valdobbiadene (Tv)
Tel 0423 900139 - **www.marsuret.it**

VIRGOLA SPUMANTE ROSÉ L'UNICITÀ DELLE BOLLICINE LUCANE

Uno spumante dalla inconfondibile personalità prodotto con metodo Charmat lungo. Al naso sprigiona un complesso mosaico aromatico, in bocca è molto fresco e setoso, sottile e continuo, con una leggera acidità

Quella della Basilicata, e della Lucania in particolare, è una tradizione enoica molto antica. Risale infatti al VII secolo a.C. l'introduzione in Italia da parte dei coloni Greci del suo vitigno di punta: l'Aglianico. Un vitigno dalle uve raffinate, che trova piena rappresentazione nelle infinite declinazioni di etichette di gran pregio. Proprio come quelle di Cantina di Venosa, storica realtà vinicola dell'omonima città lucana che, mossi i primi passi nel 1957, conta ad oggi 400 soci.

Una storia di passione, fatica e soddisfazioni, che ha la propria chiave di lettura nella perfetta compenetrazione tra passato e presente. È così che, muovendosi tra sapori antichi e avanguardia, Cantina di Venosa racconta la sua terra con rispetto, producendo vini speciali nel nome della sostenibilità. Ne è testimonianza il nuovo arrivato nella sua scuderia: Virgola.

Ottenuto interamente con uve di Aglianico del Vulture, Virgola Spumante Rosé Brut è un vino di inconfondibile personalità prodotto con metodo Charmat lungo. La zona di produzione comprende la parte nord-orientale della provincia di Potenza, delimitata dal disciplinare di produzione della Doc Aglianico del Vulture, un territorio di 15 comuni tra cui, in particolare, Venosa e Maschito.

Dal colore rosa tenue e con un perlage fine e persistente, offre al naso un complesso mosaico aromatico, un bouquet ampio e intenso con delicate note fiorite, richiami alla polpa fragolina e al palato di rosa. All'assaggio è molto fresco e setoso, sottile e continuo nella percezione retrolfattiva, con una leggera acidità. Gli abbinamenti ideali sono con antipasti di mare, primi piatti a base di carne, pesce arrosto, zuppe di pesce e verdure. La temperatura suggerita per il servizio è di 6°C. cod 70680

Cantina di Venosa
via Appia 86 - 85029 Venosa (Pz)
Tel 0972 36702
www.cantinadivenosa.it

FOOD PAIRING CON MOËT & CHANDON SEI I PRINCIPI PER LA DEGUSTAZIONE

Per la prima volta, Moët & Chandon svela alcuni segreti, rivelando i dettagli della filosofia del food pairing affinata dallo chef de cave, Benoît Gouez, insieme all'executive chef della Maison, **Marco Fadiga**. Le tappe di questo intrigante percorso epicureo nella degustazione sono ora disponibili online. I sei principi illustrati sul sito invitano prima di tutto a scegliere uno tra gli Champagne dagli stili così diversi di Moët & Chandon. La Maison suggerisce di limitare a soli tre ingredienti la portata: uno principale, un secondo complementare e un ultimo elemento di contrasto, così da non sovraccaricare il palato.
Un pairing basato sui colori assicura un'armonia cromatica tra vino e cibo. La salinità completerà la gamma di sensazioni in bocca poiché assente in questo Champagne, che tipicamente evoca dolcezza, acidità, ma anche amarezza e umami. La texture è fondamentale per soddisfare la voglia di sensazioni "croccanti" e donare una maggiore "sensazione in bocca" quando si abbinano cibo e Champagne. Infine, si richiede un tempo di cottura limitato, poiché l'esperienza dello Champagne è migliore quando questo è servito con ingredienti leggermente cotti.
Più che una raccolta di ricette, la piattaforma online di food pairing fornisce un quadro sulle note di degustazione di ogni Champagne e approfondimenti sull'arte e la scienza dietro all'equilibrio che si crea quando si sceglie un piatto. cod 71265

ZERO PLASTICA, 100% RICICLABILE IL NUOVO PACKAGING DI RUINART

Un nuovo progetto a lungo termine per Maison Ruinart, che reinventa il packaging delle sue cuvée: R, R vintage, Rosé e Blanc de Blancs. Dopo più di due anni di studio nel campo della ricerca e sviluppo, le nuove confezioni sostituiranno i coffret della Maison. Si tratta di un packaging destinato a rivoluzionare il mercato delle confezioni regalo e dei coffret: è eco-compatibile, non utilizza plastica ed è interamente riciclabile.
«Con questo packaging simile a una seconda pelle, da cui il nome "Second Skin" - ha detto il presidente **Frédéric Dufour** - Maison Ruinart conferma il suo ruolo di precursore nel mondo dello champagne e il suo impegno in termini di responsabilità sociale e ambientale. Questo progetto rivoluzionario incarna il fermo impegno della Maison per uno sviluppo più sostenibile del packaging in tutte le fasi della realizzazione e della commercializzazione dei prodotti, dalla cura dei vigneti all'esperienza del consumatore».
Grazie alla sua intraprendenza e al suo spirito di iniziativa, la Maison ha sviluppato un innovativo packaging ultraleggero ed eco-responsabile, facilmente e completamente riciclabile, realizzato con fibre di legno naturali provenienti da foreste europee gestite secondo criteri sostenibili. Come una seconda pelle di carta, l'involucro segue perfettamente le linee delle curve caratteristiche della bottiglia permettendo di mantenere integro l'aroma Ruinart fino al momento della degustazione. cod 71207

IL COMMENTO

Facciamo scorta di bollicine per dire addio al 2020

di ***Roberto Vitali***

Novembre, mese di vigilia per feste di fine anno e inizio 2021. Mese in cui ogni buon degustatore di vino dovrebbe controllare la cantinetta e verificare la situazione delle "bollicine", vale a dire se ha un sufficiente numero di bottiglie di spumante per dire addio al 2020 (da dimenticare per le vicende della pandemia) e dare il benvenuto al nuovo anno.

Nel sempre più vasto mondo delle bollicine (numerose le aziende, anche medio-piccole, che si cimentano con il metodo Classico), la Franciacorta è zona tra le più vocate, ma anche la più quotata per qualità e prezzo. I competitor sono numerosissimi in tutta Italia ormai. In Franciacorta, tra i primissimi a spumantizzare con quello che una volta veniva definito "metodo Champenoise" è stata Cà del Bosco. Marchio affermato in tutto il mondo, l'azienda ha divulgato un "Manifesto" per ribadire alcuni punti fermi. Prima di tutto la scelta della viticoltura biologica, grazie alla quale si usa e coltiva il territorio senza consumarlo o rovinarlo, in equilibrio tra tradizione e innovazione.

Il Manifesto mette in evidenza anche lo stretto rapporto tra vino, arte e cultura: Cà del Bosco collabora da sempre con grandi artisti in progetti culturali e formativi. La stessa sede di Erbusco (Bs) è un museo contemporaneo. Infine il sostegno sempre dato all'ambiente e al Made in Italy: ecologia a braccetto con l'etica. cod 70861

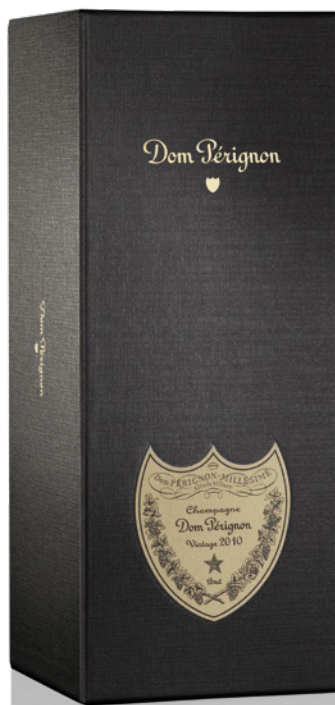
MAGNOLIA TO GO CON DOM PÉRIGNON ASPORTO E DELIVERY DA GRAN SIGNORI

L'executive chef di Magnolia Ristorante, due stelle Michelin a Cesenatico (Fc), **Alberto Faccani**, ha studiato un menu speciale in abbinamento a Dom Pérignon Vintage 2010. È disponibile a partire da novembre fino al 6 gennaio 2021 sia in formato delivery che asporto.

La formula Magnolia to Go comprende un menu degustazione per due persone, una bottiglia di Dom Pérignon Vintage 2010 e, in omaggio, due bicchieri Riedel con il logo della Maison di Épernay. Le consegne sono previste in tutta la Romagna (direttamente da Magnolia Ristorante) oppure in modalità asporto presso il ristorante, dalle 17.30 alle 19.30.

Il menu è composto da crudo di cappasanta, caviale Osetra, topinambur e nocciole, astice e ortaggi alla catalana, gnocchetti di patate, ricciola, olive di Taggia, origano e limone, rombo al verde, fagiolini, broccoli, zucchine, cavoletti e beurre blanc e uovo tropicale.

È arricchito anche dal cestino del pane che accoglie pane sfogliato al burro, crackers al sale di Cervia e focaccia integrale al finocchietto selvatico.

cod 71351

CUVÉE ROSÉ E BLANC DE BLANCS LE FESTE CON LAURENT-PERRIER

Fondata nel 1812, Laurent-Perrier è uno dei maggiori produttori di champagne nel mondo. Fedele al carattere di conduzione familiare e saldamente ancorata al rispetto di valori tradizionali. Per il Natale e il periodo festivo 2020 propone una confezione in legno che racchiude due vini espressione dello stile e dello spirito innovativo della maison: Cuvée Rosé e Blanc de Blancs.

La Cuvée Rosé Laurent-Perrier sviluppa un'intensa ricchezza aromatica, con piacevoli aromi di frutti di bosco appena colti, ideali per accompagnare piatti di pesce crudo marinato, gamberi grigliati, cucine esotiche e dessert a base di frutti rossi. Un vino morbido e rotondo.

Blanc de Blancs è uno degli ultimi nati della maison: questa nuova cuvée rappresenta, in tutto il suo equilibrio, lo stile e la personalità di Laurent-Perrier. Perfezionato assemblando una selezione dei migliori crus della Côte des Blancs, è caratterizzato da un colore oro bianco e fini bollicine conferiti da cinque anni di invecchiamento in cantina. Con le sue note agrumate e il finale fresco con note di limone, questo Blanc de Blancs è un vero vino per la gastronomia che si abbina bene al pesce più pregiato come alle carni bianche. cod 70673

BERKEL CELEBRA IL SABRAGE SCIABOLE PER STAPPARE CON CLASSE

Superior ed Elegance sono le sciabole da sabrage di Berkel pensate per rendere ancora più scenografica ed elegante la cerimonia di apertura delle bottiglie di Champagne e vini spumanti. Prodotte a Maniago (Pn), storico distretto industriale italiano, dai maestri coltellinai Berkel secondo la più antica tradizione artigianale, riflettono il binomio che da sempre contraddistingue i prodotti Berkel: estetica e funzionalità.

Il design e le prestazioni, la qualità dei materiali e la cura dei dettagli che contraddistinguono queste due sciabole sono il risultato di una storia professionale lunga oltre 120 anni. Dal 1898, infatti, quando Wilhelmus Van Berkel inventò l'affettatrice a volano, Berkel è il punto di riferimento internazionale nell'arte del taglio.

La sciabola modello Superior ha una lunghezza di 52 cm., un peso di 560 gr. ed è disponibile in quattro versioni che si differenziano per le finiture del manico: è possibile scegliere fra quello in corno Blonde Buffalo o Buffalo Nero, la più moderna resina acetalica nell'inconfondibile rosso Berkel, o ancora l'originale Cervo (prezzo: a partire da € 339).

Il modello Elegance ha dimensioni leggermente inferiori (lunghezza 45 cm. e 450 gr. di peso) ed è disponibile in due varianti, con impugnatura in Wengè o in resina acetilica rosso Berkel (prezzo: a partire da € 219). cod 71098

Celato dalla lamina d'oro che contraddistingue l'iconica bottiglia, Lam'Oro Toscana Igt 2015 Lamole di Lamole è un prezioso blend di Sangiovese, Cabernet Sauvignon e Merlot

LAM'ORO 2015 RAFFINATA ARMONIA TOSCANA

Ha debuttato poche settimane fa, durante la Milano Wine Week, la rivisitazione stilistica di Lam'Oro Toscana Igt, che con il millesimo 2015 diventa piena comprensione di un territorio senza eguali e quintessenza espressiva delle sue potenzialità: Lamole, terroir iconico del Chianti Classico, che dagli Etruschi in poi è sinonimo di vino di altissima qualità. Un Supertuscan che poggia le basi su un'accurata scelta di vitigni, dei terroir più vocati, delle tecniche di lavorazione più adatte: Lam'Oro 2015 nasce così, seguito passo passo in un habitat sui generis, caratterizzato dalla massima attenzione per l'ambiente, dalla tutela della sua biodiversità e del suo patrimonio boschivo.

Celato dalla lamina d'oro che contraddistingue l'iconica bottiglia, un prezioso blend di Sangiovese, Cabernet Sauvignon e Merlot in proporzioni simili. Le uve provengono tutte da vigneti di proprietà, ubicati sulle pendici dell'abitato di Lamole (fra i 420 e i 655 metri slm) che poggiano sul macigno chiantigiano, qui squarciato da profondi calanchi (le "lame" da cui deriva il toponimo) e condotti secondo i dettami dell'agricoltura biologica. Nessun apporto dalla chimica di base; nessuna deriva da coltivazioni limitrofe; massima biodiversità garantita dai boschi di querce e ulivi che circondano i vigneti; moltissime ore di manodopera per la cura della pianta affinché trovi il suo equilibrio naturale e sappia cercare i nutrimenti nelle profondità della dura roccia di alberese, facendosi strada nel galestro.

Il millesimo 2015 rispecchia un'annata praticamente perfetta in Toscana: contrassegnata da un'ottima fase di germogliamento, fioritura e invaiatura nelle condizioni migliori; clima nella norma, senza sbalzi o eventi imprevisti, garantendo così la perfetta maturazione dei grappoli e una vendemmia da manuale, iniziata il 20 settembre per il Merlot, a metà ottobre per il Sangiovese e a fine ottobre per il Cabernet Sauvignon. Ogni varietà è raccolta da mani esperte e vinificata separatamente, poi elevata per 6 mesi in barrique nuove. Alla creazione dell'assemblaggio seguono altri 2 anni in barrique e 8 mesi di affinamento in bottiglia.

Lam'Oro è un progetto di raffinata armonia dove scelte di vigneto, di vitigno e di cantina sono strumenti per far emergere l'eleganza "liquida" di un territorio senza eguali: ecco a voi **l'Oro di Lamole**. cod 71385

Lamole di Lamole
via di Lamole - 50022 Greve
in Chianti (Fi) - Tel 055 8547014
www.lamole.com

CECCHI CRESCE CON I VINI DI VILLA ROSA

Con l'acquisizione di Villa Rosa a Castellina in Chianti sono nati il Chianti Classico Gran Selezione e un altro Chianti Classico Docg che porta il nome del vigneto da cui prende i natali: Ribaldoni

Storica Tenuta, già di proprietà della famiglia Lucherini Bandini che vi produceva vino sotto la regia del noto enologo Giulio Gambelli, si trova tra le colline di Castellina in Chianti (Si) all'interno di una delle più grandi e suggestive cipressete europee. Si estende per 126 ettari di cui una trentina a vigneto e 15 a oliveto, su terreni calcarei a matrice argillosa caratterizzati da profili eterogenei che uniscono la roccia di tipo alberese ai galestri scistosi. I 26 ettari vitati produttivi, destinati a crescere nei prossimi anni grazie all'entrata in produzione dei nuovi impianti, sono divisi fra tre aree diverse per terreno ed esposizione: Palagione (il vigneto più vecchio, multivarietale, da dove si sta recuperando il materiale per i nuovi impianti) e Villa, più recente, interamente a Sangiovese; Casetto, all'altitudine più elevata; e Ribaldoni, dove è in atto il rinnovamento del vigneto con le migliori selezioni clonali di Sangiovese.

La gestione del patrimonio vitivinicolo di Villa Rosa è basata su una filosofia produttiva tanto semplice quanto raffinata: la proprietà è votata alla coltivazione esclusiva di uve Sangiovese della migliore qualità possibile, destinate ad etichette di grande personalità e valore. Tra queste, un Chianti Classico Gran Selezione e un altro Chianti Classico Docg che porta il nome del vigneto da cui prende i natali: Ribaldoni.

Le viti di Ribaldoni si trovano ad un'altitudine compresa tra i 255 e i 290 m slm, su terreni di medio impasto argilloso-limoso esposti a nord ovest: caratteristiche che permettono a questo vino di sviluppare struttura, complessità e al tempo stesso freschezza e sapidità. Questi tratti sono maggiormente evidenti nell'annata 2016, scarsamente piovosa, con temperature elevate e caratterizzata da un'accentuata escursione termica notturna.

Il Chianti Classico Docg Ribaldoni, prodotto in 13mila bottiglie, si presenta di un colore rosso rubino abbastanza intenso. Al naso spiccano le note fruttate che si integrano ad un lieve e delicato sentore di legno tostato e spezie. In bocca è avvolgente, fresco, vibrante, sapido, con tannini morbidi e vellutati. Lungo e persistente il finale. È un vino che rispecchia le più radicate tradizioni vinicole del territorio, presentandosi allo stesso tempo con un sorso moderno e al passo con le tendenze contemporanee. cod 70712

Cecchi
Località Casina dei Ponti 56 - 53011
Castellina in Chianti (Si) - Tel 0577 54311
www.cecchi.net

Dopo Tenuta Bocca di Lupo nella Doc Castel del Monte, immersa nella murgia barese, e Masseria Maìme, nel Salento, oggi la cantina di Marchesi Antinori si sposta nel Tarantino nelle campagne di Fragagnano

PRIMITIVO DOC CARRUBO 2017

OBIETTIVO MANDURIA PER TORMARESCA

Produrre grandi vini da vitigni autoctoni. Questa la filosofia di Tormaresca, azienda vitivinicola pugliese di Marchesi Antinori. Dopo Tenuta Bocca di Lupo nella Doc Castel del Monte, immersa nella murgia barese, e Masseria Maìme, nella zona del Salento, oggi la cantina guarda anche verso Manduria.

Il nuovo investimento nella Doc nelle campagne nel comune di Fragagnano (Ta) si sviluppa in 40 ettari di terreno, tutti coltivati a Primitivo. La tenuta si trova a 120 metri sul livello del mare e il clima è caratterizzato da estati molto calde, ma con forti escursioni termiche tra il giorno e la notte.

Carrubo 2017 è il primo vino nato dal nuovo progetto: un Primitivo di Manduria Doc dal colore rosso rubino intenso, ricco, con classiche note di frutta rossa, seguite da delicate note speziate di liquirizia, tabacco, amaretto. Al palato è morbido e ampio, con tannino elegante e piacevole acidità. Retrogusto fruttato.

Carrubo è il coronamento del percorso di scoperta del Primitivo di Tormaresca, che contempla il Neprica Primitivo e il Torcicoda. Tre Primitivi, tre diverse anime, tre diversi volti che si esprimono con storia, identità e caratteristiche complementari tra loro.

cod 71243

Tormaresca
Loc. Tofano - 70055 Minervino Murge (Bt) - Tel 0883 692631
www.tormaresca.it

PELLEGRINI
DISTRIBUTORE PREMIUM
IL BRACCIO OPERATIVO DELLE CANTINE

Partner commerciale delle case vinicole, rappresenta un centinaio di aziende per circa 1.800 etichette. Lo scorso anno 1,5 milioni di bottiglie sono stati distribuiti tra bar, alberghi e ristoranti

Una storia di famiglia che da 5 generazioni vive il vino. I Pellegrini di Cisano Bergamasco già dal XIX secolo sono parte attiva in questo mondo. I documenti ufficiali fissano però la data di partenza al 1904, la bellezza di 116 anni fa, con l'edificazione delle cantine per lo stoccaggio dei vini sfusi, cui seguì l'inizio della distribuzione all'ingrosso in Lombardia. Oggi Pellegrini Spa è un'azienda che importa (da tutto il mondo) e distribuisce (da ogni regione italiana) vini e distillati che serve all'universo Horeca. Una competenza secolare che è stata la dinamo per sviluppare un solido rapporto di partnership con le case vinicole, con il valore aggiunto di essere produttori. Da inizio anni '60, infatti, la famiglia Pellegrini conduce a Montelupo Fiorentino (Fi) la Fattoria di Petrognano, azienda vinicola dalla forte connotazione toscana.

Pietro Pellegrini, oggi presidente e direttore commerciale di Pellegrini Spa, ha studiato alla Scuola Enologica di Alba (Cn). Conosce quindi a fondo questo mondo dalla vigna alla tavola.

La vostra è una realtà molto articolata e con una lunga tradizione.

La quinta generazione è già attiva in azienda. Pellegrini in tutti questi anni ha seguito quello che è stato il cambiamento del vino. Il vino era un compagno quotidiano sulla tavola e chi mi ha preceduto ha fatto l'imbottigliatore di vini che arrivavano da diverse parti d'Italia e ha cominciato a distribuirli con il proprio marchio. Io ho iniziato negli anni '80 consapevole che quello non potesse essere il futuro, soprattutto per un'azienda fuori dalle zone di produzione. Bergamo, nel tempo, è diventata un'interprete del mondo produttivo con il Valcalepio, ma ancora oggi si fa ancora un po' fatica a uscire dai confini regionali con le realtà enologiche del nostro territorio. Di conseguenza, la decisione che abbiamo preso è stata quella di vendere il vino di altri, diventando distributori inizialmente nel nostro territorio per poi espanderci, piano piano, con la ricerca di collaboratori commerciali, su tutto il panorama nazionale. Oggi siamo distributori, non grossisti, la differenza è sostanziale, di vini e distillati. Importiamo diversi marchi anche dall'estero.

Qual è il vostro approccio al mercato?

Siamo attenti alle esigenze del produttore. Diventiamo di fatto suoi partner commerciali. Lui si concentra su vigna e cantina e noi ci dedichiamo alla vendita. Ci assumiamo una responsabilità. Siamo il braccio operativo delle cantine, la loro forza vendita. Questo per quanto riguarda l'universo Horeca: siamo i loro referenti. Certo, abbiamo un costo, ma alleggeriamo i produttori di quelli di una struttura commerciale. La forza vendita di Pellegrini è una squadra di oltre 150 professionisti che copre il territorio nazionale.

Quante aziende rappresentate e quanti clienti nel canale Horeca?

Seguiamo tra Italia e estero oltre un centinaio di aziende, per circa 1.800 etichette. Lo scorso anno abbiamo servito 6.500 partite Iva nel nostro Paese. Un milione e mezzo di bottiglie è stato distribuito tra bar, alberghi e ristoranti.

Quali sono le vostre linee guida nella selezione dei produttori?

Innanzitutto c'è una logica di catalogo, che è quella di cercare di rappresentare tutti i territori vitivinicoli nella maniera migliore possibile evitando delle sovrapposizioni di prodotto. Le caratteristiche che deve avere il produttore devono essere la forte identità territoriale, la qualità come concetto di fondo, una dimensione che possa essere gestibile per la nostra struttura. Tutto questo con l'obiettivo di disegnare una cartina geografica, non solo italiana, dei prodotti da distribuire.

I punti di forza nell'ambito del vostro servizio.

Noi siamo un'azienda di servizio. Diamo la possibilità di assortire anche in un numero di poche bottiglie tanti prodotti già selezionati. In questo periodo la clientela ci comunica una fortissima esigenza di una proposta di questo tipo. Il rapporto umano è uno snodo fondamentale: per questo per noi è di massima importanza la formazione della forza vendita. cod 71046

Pellegrini Spa
via Mazzini 43 - 24034 Cisano
Bergamasco (Bg) - Tel 035 781010
www.pellegrinispa.net

SAN MICHELE APPIANO 3.0 VIRTUAL TOUR E APP IN CANTINA

Virtual tour e quality app. Così la Cantina San Michele Appiano guarda al futuro, confermandosi l'azienda vitivinicola più all'avanguardia in Alto Adige. Il nuovo sito ufficiale **www.stmichael.it** è reso agli utenti naviganti ancora più intuitivo e interattivo grazie al virtual tour della cantina che, con o senza l'utilizzo degli occhiali realizzati in ottica virtual reality, consente ai wine lovers in tempo reale di entrare ed esplorare virtualmente e in autonomia gli ambienti in cui nascono i grandi vini della cantina.

L'esperienza si potrà vivere fra poco anche all'interno del Wine shop, dove la cantina mette a disposizione gli occhiali VR. Oltre alla cantina, nel Virtual Tour è possibile ammirare i vigneti di San Michele Appiano. L'intero progetto è stato realizzato dalla Cantina San Michele Appiano con la collaborazione dell'azienda locale visim.eu, specializzata in visualizzazioni in 3D.

Già da qualche anno la comunicazione interna all'azienda e la gestione dei vari passaggi dalla vigna alla cantina sono ottimizzate grazie all'ausilio di nuove tecnologie. Il lavoro dell'agronomo di San Michele Appiano è supportato e semplificato dall'utilizzo di un'applicazione che gli consente di gestire lo stato dei vari appezzamenti che compongono gli oltre 380 ettari di vigneto dei 330 soci della Cantina. In questo modo egli è in grado di esprimere una valutazione del vigneto direttamente sul posto, inserendo report e foto che consentiranno al winemaker, sia quando è in vigna che quando è in cantina, di essere sempre aggiornato sulla qualità delle uve in arrivo. Tale valutazione, insieme ad altri fattori, influenza il valore economico a fine anno delle uve conferite alla Cantina. Altre applicazioni sono state adottate per semplificare il lavoro degli agenti e la condivisione di dati, quali listini, schede tecniche e aggiornamenti, con la possibilità di inserimento autonomo degli ordini.

La Cantina San Michele Appiano attualmente sta lavorando a ulteriori progetti che permetteranno all'azienda di mostrarsi sempre più innovativa e all'avanguardia, in linea con i saldi principi della qualità senza compromessi, del rispetto dell'uva e della grande tradizione vitivinicola altoatesina. cod 70730

Cantina San Michele Appiano
via Circonvallazione 17-19 - 39057
Appiano sulla Strada del Vino (Bz)
Tel 0471 664466 - **www.stmichael.it**

di *Enrico Rota*
Presidente della Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca

Christian Constantin e Giorgio Lazzari

LA STRADA DEL VALCALEPIO RAFFORZA LE PARTNERSHIP CON SVIZZERA E AUSTRIA

Nonostante l'emergenza causata dal Covid-19, il Vallese ha proseguito la promozione turistica, mentre a Vienna musei, hotel, ristoranti e centri commerciali hanno continuato ad operare in sicurezza

La Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca ha visitato il Vallese in Svizzera e la capitale austriaca Vienna per parlare di enogastronomia e promuovere i prodotti tipici del territorio. L'occasione è servita per discutere anche di sostenibilità e di produzioni biologiche, due temi molto cari attorno ai quali i Paesi nostri confinanti attuano da diversi anni politiche lungimiranti e all'avanguardia.

A Sion, in Svizzera, il segretario generale della Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca, Giorgio Lazzari, ha incontrato un gruppo di imprenditori e ristoratori che hanno molto gradito la qualità delle specialità e dei vini bergamaschi. Una selezione di prodotti è stata donata anche al presidente del Sion Calcio, Christian Constantin, proprio nel giorno in cui l'equipe svizzera ha conquistato la salvezza nella Super League. Nonostante l'emergenza causata dal Covid-19 il Vallese ha proseguito la promozione turistica della zona, grazie a fiere e manifestazioni, registrando importanti risultati in termini di partecipazione.

Anche Vienna, seppur registrando negli ultimi mesi un calo di presenze rispetto allo stesso periodo del 2019, ha mostrato una grande organizzazione che ha permesso a cittadini, turisti e operatori di guardare avanti con fiducia. Musei, hotel, ristoranti e centri commerciali hanno continuato ad operare a pieno regime, garantendo naturalmente le misure di sicurezza necessarie al contrasto della pandemia.

Giorgio Lazzari e Rainer Christ

Nella capitale austriaca la Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca ha incontrato uno dei più importanti produttori, Rainer Christ, dell'omonima tenuta vitivinicola che vanta 400 anni di storia e dedita alla produzione di vini biologici grazie ai vigneti vista Danubio, impiantati sulle colline intorno alla città. Su entrambi i fronti si continuerà a lavorare per consolidare l'amicizia e la collaborazione con l'associazione, in modo da organizzare momenti di confronto e di crescita comune.

cod 70989

Per informazioni:

www.stradadelvalcalepio.com

boffetti
ENJOY FRUIT

I MAGNIFICI SETTE DELLA RIBOLLA GIALLA

VIAGGIO NELLE CANTINE DI OSLAVIA

Un tour di due giorni alla scoperta del vino macerato in Friuli-Venezia Giulia. Con tappe da Dario Princic, Fiegl, Gravner, Il Carpino, La Castellada, Primosic e Radikon

di ***Eleonora Lopes***

Ancora prima che la vigna, qui è la natura che fa il vino perché c'è l'uomo che la rispetta. Qui, più che mai, si vive l'orgoglio di appartenenza a questo territorio. Parliamo di Oslavia in Friuli-Venezia Giulia e della sua Ribolla gialla trasformata nel famoso vino macerato. La storia di questo vino è la storia degli uomini che lo producono, con fatica, passione, rispetto ed etica. Oltre alle loro parole, a parlare sono le loro mani consumate dalla terra e dal lavoro. Qui troviamo pochi fronzoli e tanta sostanza.

Oslavia che si trova a pochi chilometri da Gorizia, fu completamente rasa al suolo durante la Prima guerra mondiale, e molti cittadini ricominciarono da zero le loro vite, alcuni proprio impiantando la Ribolla, un vitigno autoctono diventato negli anni simbolo di rinascita. Oggi Oslavia è un paese di 200 abitanti che in tre chilometri di strada ospita sette delle cantine italiane più importanti al mondo per la produzione del vino macerato: Dario Princic, Fiegl, Gravner, Il Carpino, La Castellada, Primosic, Radikon. Ognuno di loro ha il suo stile, il suo metodo di macerazione e di affinamento, con i suoi tempi, ed è proprio questo il bello, ogni Ribolla macerata ha un carattere tutto suo. Ricordiamo che la lunga macerazione sulle bucce permette l'estrazione dei tannini, che in un vino bianco è singolare perché di solito i bianchi derivano dalla fermentazione del solo succo d'uva in assenza delle parti solide del grappolo.

Nella ponca, il caratteristico suolo che si trova sul Collio ricco di minerali e di strati di arenaria, la Ribolla esprime da sempre le sue caratteristiche migliori, grazie anche ad alcune condizioni particolari, come l'escursione termica, il vento e la pioggia che cade abbondante. Dei "magnifici sette", i primi a usare negli Anni 90 la tecnica della macerazione sono stati Josko Gravner e Stanko Radikon (morto nel 2016), entrambi vignaioli lungimiranti di Oslavia, gli unici allora in Italia a produrre gli "orange wines", secondo la definizione anglosassone che fa riferimento al colore ambrato/aranciato che li caratterizza. Ma è stato Gravner, tutt'oggi unico tra i sette produttori, noto nell'enologia mondiale, a utilizzare le anfore di terracotta per la macerazione, che arrivano direttamente dalla Georgia, paese dove è nata questa antica tecnica. Aumenta il prestigio dei vini in anfora georgiani l'inserimento dall'Unesco nella lista dei patrimoni culturali intangibili dell'umanità.

Siamo stati a Oslavia per RibolliAMO 2020 e per due giorni abbiamo bevuto Ribolla macerata, alcune davvero di altissima qualità, abbiamo conosciuto da vicino chi la produce e la storia dei loro antenati. L'edizione 2020 è cominciata con la firma da parte di tutti i vignaioli della gigantografia, sulla quale è visibile la sezione di acino arancione, simbolo dell'Associazione Apro che quest'anno ha compiuto 10 anni. Si sono impegnati così a utilizzare quest'immagine per rappresentare la produzione di

Ribolla di Oslavia con le regole del disciplinare interno e con un volano comunicativo e operativo importante che è l'Associazione di cui tutti fanno parte. Ma non solo vino: Apro nasce soprattutto per sostenere Oslavia, la sua terra e le sue genti.

Nei giorni scorsi i vignaioli hanno completato il posizionamento delle sette panchine arancioni, una per cantina, che catturano lo sguardo del turista nei luoghi di belvedere di Oslavia e lo invitano a sostare, nel tragitto del suo viaggio. In questo decennale, è stata importante anche la collaborazione con Eataly che ha organizzato per le sue enoteche nel mondo il primo corner dedicato a un'associazione: il corner della Ribolla di Oslavia. Nelle varie sedi Eataly, scegliendo un vino in enoteca si potrà brindare con un territorio intero rappresentato da Apro.

1. FIEGL: «TRA SICCITÀ E COVID, VENDEMMIA DIFFICILE»

Ma torniamo al nostro tour, la prima cantina che abbiamo visitato è Fiegl dove ci ha accolto un sorridente Martin con i suoi cugini. «Quest'anno, tra siccità e Covid», ci dice Martin Fiegl, «non è stata una vendemmia semplice. Negli anni la nostra azienda si è trasformata accrescendo sempre la qualità, e oggi il nostro obiettivo è realizzare un vino pulito e onesto come la nostra storia famigliare ci ha insegnato».

2. LA CASTELLADA: «VINI FRUTTO DELLA BREZZA MARINA»

Seconda tappa da Stefano Bensa de La Castellada che prende il nome dalla collina di Oslavia. «I nostri vini», ci spiega, «sono frutto di questo terreno, dell'aria ventilata e della brezza marina che giunge dal mare, tutto questo ci permette di realizzare vini complessi e territoriali utilizzando solo metodi naturali e artigianali».

3. IL CARPINO PUNTA SU «ESPOSIZIONE, MICROCLIMA E TERROIR»

Poi è stata la volta de Il Carpino, dove Franco Sosol, il suo titolare, ci ha accolti proprio dove c'è la famosa panchina. Tra gli animali nel cortile e le vigne, Franco con sua moglie Ana ci spiega che «esposizione delle vigne, microclima e terroir sono il mix vincente che rendono la nostra ribolla così unica e dalla forte identità, nei nostri vini c'è tutto il sapore del nostro territorio che rispettiamo giorno dopo giorno».

4. DARIO PRINCIC: «RAPPRESENTIAMO I NOSTRI ABITANTI»

La mattina seguente il tour è cominciato dall'Ossario di Oslavia, eretto nel 1938 per ospitare i resti di quasi 60mila soldati caduti nella Prima guerra mondiale. Qui ci aspettano Dario Princic con sua nipote Katia Ceolin della omonima cantina. Dario, forse il meno diplomatico tra i sette produttori, prima ancora che dei suoi vini, ci tiene a raccontare la storia di Oslavia, dei morti della Grande guerra e della →

faticosa ripartenza di questo paese: «I nostri vini rappresentano i nostri abitanti, è un binomio imprescindibile ed è per questo che cerco di produrre un vino autentico, sincero che deve piacere a me in primis. Solo qui, in questa terra posso creare il mio vino, il legame che ci lega è fortissimo».

5. RADIKON: «ABBIAMO RILANCIATO LA MACERAZIONE»

Poi è toccato a Sasa Radikon, figlio di Stanko, che ci ha anche ospitati nelle sue bellissime camere. Molto fiero del suo lavoro, Sasa ha le sue idee, ma il punto di riferimento è sicuramente il padre e gli insegnamenti che gli ha trasmesso. «Oslavia ha sempre mantenuto attiva la produzione della Ribolla, un vitigno unico per le sue caratteristiche grazie anche alla ponca. Negli Anni 90 mio padre ha rilanciato il metodo della macerazione insieme a Gravner e oggi proseguo il suo lavoro con onestà e determinazione anche per i miei figli».

6. PRIMOSIC: «PREZIOSITÀ NASCOSTA NELLA BUCCIA»

Il sesto produttore è stato Silvan Primosic della cantina Primosic, un quasi 80enne che ci accoglie con un super cappello con scritto: "Think yellow! Drink Ribolla Gialla", già lo adoriamo! Assieme ai figli Boris e Marko ci raccontano la storia della loro azienda. «Fin da bambini ci hanno fatto apprezzare la Ribolla gialla e ci hanno fatto capire che la sua preziosità era nascosta nella buccia. Ed è proprio la tecnica della macerazione che estrae il meglio di un'uva amata in primo luogo proprio da coloro che il vino lo producono».

7. GRAVNER E LA GRANDE CURA DELL'ECOSISTEMA

Il tour si è concluso con Mateja Gravner della cantina Gravner, figlia del leggendario Josko. Le loro vigne sembrano i giardini della Reggia di Caserta, una cura e un'attenzione per l'ecosistema che c'è intorno che ci lascia senza parole. Mateja inizia la visita tra i vigneti per poi giungere in cantina dove riposano le famose anfore nelle quali fermenta e affina il vino. «La vigna è vita», dice Mateja insieme col giovane figlio Gregor già impegnato nella produzione accanto al nonno, «ed è per questo che ci prendiamo cura degli animali, del loro ripopolamento e delle piante che la circondano, è anche da loro che dipende la qualità dei nostri vini». Prima di andar via, viene a salutarci Josko in persona, riservato ma sorridente, e ci lascia con una frase tanto semplice quanto profonda: «Si può vivere bene anche senza vino, non è qualcosa di indispensabile, ma se lo si fa, che sia fatto bene nel rispetto dell'uomo e della natura». Non potevamo chiudere il tour in maniera migliore.

cod 70933

di ***Eros Teboni***
Miglior sommelier
del mondo Wsa 2018

Molto spesso dal punto di vista vitivinicolo la Valle d'Aosta è spesso sottovalutata, e a livello generale si conosce poco, anche perché il numero di cantine e tenute è decisamente basso. Per quanto riguarda la qualità, invece, questa piccola regione è in grado di produrre eccellenti vini che riescono a combinarsi ottimamente con la cucina tradizionale ma anche con la cucina mediterranea e internazionale. In questo caso ho selezionato tre vini che a mio parere rappresentano bene le punte di diamante della regione in combinazione con un mix gastronomico di tradizione e innovazione. cod 71135

*I piatti in abbinamento sono di **Philipp Hillebrand**, executive chef del Ristorante Eden's Park dell'hotel Villa Eden di Merano (Bz).*

L'ITALIA DEL VINO

VALLE D'AOSTA, PICCOLA MA GRANDE

1 CHARDONNAY CUVÉE BOIS LES CRÊTES

Docg: Chardonnay
Età del vigneto: 25 anni
Zona di produzione: Frissonière di Saint Christophe
Produzione: 24.000 bottiglie
Abbinamento: Verdura fermentata, carota, rapa, radici, mandorle

Uno Chardonnay che punta tutto su eleganza e finezza, il tuo con un ottimo gioco e scambio organolettico tra legno, in questo caso botti di rovere francese da 300 litri, e note di autolisi del lievito, il tutto dovuto ad una lenta permanenza "sur lies" per 12 mesi aggiunti a operazioni di batonnages settimanali. Le note varietali primarie, leggermente mature e esotiche ampliano lo spettro aromatico del vino che assieme alla parte terziaria dei suoi aromi riesce a combinarsi perfettamente con il nostro piatto, ricco di sapori e dalle diverse sfaccettature gustative. Lo chardonnay come in questo caso, leggermente addolcito dal legno riesce a essere una perfetta combinazione ad un piatto di verdure, in questo caso anche se si tratta di verdure fermentate.

2 PINOT NERO "SEMEL PATER" ANSELMET

Docg: 100% Pinot Nero

Età del vigneto: 25 anni di media

Zona di produzione: Villeneuve

Produzione: 4.000 bottiglie

Abbinamento: Trota, sedano, orzo

L'eleganza del Pinot nero è ormai famosa e riconosciuta, anche per dei Pinot Nero di montagna come questo. La loro versatilità ci permette di combinarli ai classici piatti di carne ma anche a piatti di pesce più delicati come in questo caso. La sapidità di questo vino riesce a entrare in armonia con la verdura e aiutata dal tannino rende la combinazione più coinvolgente e compatta. Il "Semel Pater", punta di diamante della Maison è simbolo di come la maniacalità del lavoro in vigna ma anche la pulizia e l'ordine del lavoro in cantina riesca a premiare il viticoltore creando un Pinot nero eccezionale, molto varietale e accattivante. Affascinanti sono le note di fiori viola e limone maturo che risaltano nel finale delicato di questo vino.

3 PINOT NERO "L'EMERICO" OTTIN

Docg: Vitigno: 100% Pinot Nero

Età del vigneto: 30 anni, impianto del 1990

Zona di produzione: San Floriano del Collio

Produzione: 3.000 bottiglie

Abbinamento: Prezzemolo al completo

Un Pinot Nero morbido e suntuoso è il prodotto d'eccellenza della Tenuta Ottin. Il profumo di questo vino rientra nelle note classiche nel Pinot Nero, con l'aggiunta di una leggera speziatura, dal ginepro al pepe bianco che gli conferisce un ulteriore dinamismo, sia al naso che al palato. Fresco e non troppo affilato, come spesso l'acidità di questo vitigno tende a renderlo, riesce tramite la sua parte speziata ma anche al grande contributo della parte fruttata, quindi la fragolina di bosco e il lampone che in grande quantità riempiono la bocca, a combinarsi con un incredibile numero di piatti, dai più classici a quelli più moderni. In questo caso il prezzemolo, cucinato utilizzando tutte le sue parti, che come componente aromatica tende ad essere abbastanza persistente, viene accudito e ammorbidito dalla grande persistenza dell'Emerico.

RIPARTIAMO DAL VINO

Per affrontare con positività e lo sguardo rivolto al futuro la situazione attuale, cercando di lasciarci alle spalle il coronavirus, l'head sommelier del ristorante Terrazza Gallia di Milano, **Paolo Porfidio**, *vincitore del Premio Italia a Tavola-Personaggio dell'anno, nella categoria Sala e Hotel, prosegue su* ***www.italiaatavola.net*** *la video-rubrica dedicata ad alcune eccellenze del panorama vinicolo italiano. In queste pagine proponiamo la sintesi di alcune fra le più recenti video-degustazioni.*

Piemonte Doc Grignolino Altromondo 2018 - Hic et Nunc

100% Grignolino, Altromondo proviene dal vigneto Bricco, con esposizione a sud, caratterizzato da suoli marnosi. La fermentazione avviene per 12 giorni sulle bucce a temperatura controllata in acciaio. Segue l'affinamento in acciaio per 8 mesi. Il colore è rosso ciliegia scarico in gioventù, con riflessi granato dopo qualche anno di invecchiamento. Al naso si presenta fresco e fruttato, con note di spezie e frutta fresca. In bocca ha un sapore garbato e sapido, succoso e dalla straordinaria bevibilità. Gli abbinamenti ideali sono con primi piatti a base di verdure e carne, carni rosse di medio corpo e selvaggina da pelo, pesce sotto sale, formaggi morbidi. cod 70978

Cabernet Franc Argirio 2016 - Podernuovo a Palazzone

Argirio è un Rosso Toscana Igt (Indicazione geografica tipica), 100% Cabernet Franc. La macerazione avviene sulle bucce per 18-20 giorni. Seguono fermentazione alcolica in tini tronco conici di rovere da 1.500 litri a temperatura controllata e fermentazione malolattica in barriques da 225 litri. L'affinamento avviene per 12 mesi in barriques da 225 litri, 4 mesi in botti di cemento e 12 mesi in bottiglia. Argirio si presenta con un colore rosso rubino cupo e carico. Al naso regala in apertura note di confettura di prugna e marasca sotto spirito sostenute da una leggera mineralità. Il finale dona delicate note di pepe nero, liquirizia e cioccolato. Al palato si presenta potente e sontuoso con un tannino elegante e una piacevole nota minerale e balsamica. cod 70885

Verdicchio dei Castelli di Jesi Doc Vecchie Vigne 2018 Umani Ronchi

Vecchie Vigne nasce per esaltare e conservare il valore qualitativo e storico di 10 ettari di vecchie vigne coltivate nel fondo di Montecarotto. La particolare posizione e il grande equilibrio vegeto-produttivo di queste vecchie viti impiantate nei primi anni '70 permettono di raccogliere le uve quando hanno raggiunto una perfetta maturazione. Giallo paglierino brillante, i vivaci riflessi verdognoli e la scorrevolezza nel bicchiere anticipano un ampio bouquet di ginestra, camomilla, pera, con piacevoli sentori di menta selvatica, salvia e nocciola. In bocca colpisce per la sua eleganza: asciutto e fresco, con un'acidità che si integra con la struttura del vino. cod 70739

Franciacorta Brut Cuvée 22 - Castello Bonomi

100% Chardonnay, questo vino nasce da una speciale selezione di uve provenienti da porzioni di 22 cru aziendali selezionati per altitudine, morfologia del terreno, età del vigneto, esposizione al sole, epoca di maturazione delle uve ottimale, al fine di ottenere un Franciacorta che esprime piacevolezza, spiccata bevibilità e racchiude tutta la tipicità del terreno. La vinificazione dei 22 cru avviene singolarmente. Il blend deriva dallo scrupoloso lavoro dello Chef de Cave comprendendo tutti i cru. Segue l'affinamento in bottiglia per oltre 24 mesi. È un Franciacorta che esprime le note tipiche dello Chardonnay, frutta, ananas, pesca e albicocca alle quali si uniscono profumi di mela, fiori d'acacia e frutta secca. Un vino fresco, morbido e setoso con un retrogusto che richiama le sensazioni percepite al naso. Ottimo come aperitivo ma ben si adatta a tutto pasto. Perfetto con pietanze a base di pesce come gamberi grigliati o branzino al forno. cod 70559

Etna Bianco Doc Archineri 2019 - Pietradolce

Pietradolce nasce nel 2005, e trova la sua collocazione a Solicchiata, frazione del Comune di Castiglione di Sicilia, sul versante Nord dell'Etna. L'azienda si estende per 11 ettari, tra i 600 e i 900 metri di altitudine, ed è suddivisa in tre appezzamenti, due ricadenti in contrada Rampante e uno in contrada Zottorinoto. Un Etna Bianco di grande personalità data dalla vitalità del Carricante e da terreni vulcanici ricchi di minerali e sferzati da brezze marine. Intenso, deciso e fresco, è un bicchiere estremamente piacevole e ricco. Le uve, 100% Carricante, provengono dal versante est dell'Etna (Contrada Caselle, Milo) a un'altitudine di 850 metri slm.

Il terreno è franco sabbioso con abbondante presenza di scheletro. Il sistema d'allevamento sono viti ad alberello di 100-120 anni di età. Le uve vengono raccolte a mano nella seconda decade di ottobre e sottoposte a pressatura soffice. L'affinamento avviene in acciaio e in bottiglia. cod 70491

Salento Rosso Igp "Mjère" Edizione Limitata 2015 - Michele Calò & Figli

Vino rosso prodotto con uve di Negroamaro coltivate col sistema tradizionale ad alberello nella zona più tipica del Salento e precisamente nei comuni di Tuglie, Sannicola, Alezio (Le) su terreni rossi misto sabbia di medio impasto. La raccolta delle uve avviene a mano alla fine di settembre. La vinificazione avviene in maniera tradizionale con macerazione lunga delle uve 7-8 giorni a seconda dell'annata e svinatura con buona intensità di colore e profumi. L'affinamento avviene in parte (70%) in acciaio inox e la rimanente parte (30%) in piccoli carati di rovere pregiato per un periodo di circa 12 mesi. Mjère Rosso è caratterizzato da un colore rosso rubino con riflessi granata.

Ha un profumo ampio con sentori di frutta di bosco e prugna. Al palato presenta un sapore asciutto, con piacevole retrogusto amarognolo e allo stesso tempo morbido. Di buon equilibrio e persistente. cod 70312

RIPARTIAMO DAL VINO

Langhe Nebbiolo Doc Picotener 2018 - Enrico Serafino

Il Picotener risulta essere molto diverso dalle altre sottovarietà di Nebbiolo e mostra alcune caratteristiche distintive quali: resa produttiva inferiore; vigore vegetativo più basso; resistenza a climi severi più elevata; produzione di vini dall'aroma molto ampio; produzione di vini dal colore più intenso. Da ciò si può intuire perché questo biotipo di Nebbiolo sia diventato molto raro. Complesso da allevare, colmo di difficoltà e con rese ridotte, i produttori si sono arresi. Enrico Serafino è il primo produttore a proporre il Picotener Langhe Nebbiolo Doc riconsegnandogli una nuova prestigiosa opportunità.

Il Picotener 2018 si presenta di colore rosso brillante con sfumature violacee. Al naso è intenso, elegante e complesso con note floreali di rosa e violetta. Fruttato con sentori di ciliegia e susina, aromi fini di spezie. In bocca è fine, vellutato, fresco, da medio a strutturato, delicato, con tannini intriganti e un lungo e persistente finale minerale. cod 70239

Toscana Rosso Igt 2017 - Le Falene

Dopo la vendemmia manuale, in cassette, le uve vengono diraspate e lasciate integre. Ciascuna varietà fermenta separatamente alla temperatura di 27°C e la macerazione dura almeno 25-30 giorni. La fermentazione alcolica e la fermentazione malolattica avvengono in cemento, mentre la maturazione avviene in barrique di rovere francese da 225 litri per 10-12 mesi. Un successivo pre-affinamento in cemento precede l'imbottigliamento, effettuato senza filtrazione.

Al colore, si presenta rosso rubino intenso. Il bouquet è intenso e armonico, di piccoli frutti neri e rossi, note speziate di pepe nero, chiodi di garofano e pietra focaia. Al gusto ha buona complessità, struttura e persistenza. Tannini fini ed eleganti, con freschezza ed equilibrio.

Da accompagnare a piatti di carne e formaggi mediamente stagionati. cod 70085

Barolo Docg del Comune di Serralunga d'Alba 2016 - Tenuta Cucco

Questo vino rosso piemontese, 100% Nebbiolo, è caratterizzato dalla componente acida fresca e dalla grande esuberanza giovanile. Le uve provengono dalla zona Vughera, cru di Serralunga. Viene posto a maturare per 24 mesi in botti tradizionali da 25 ettolitri, dove si affina e acquista eleganza. Segue una sosta di 6-12 mesi in bottiglia. È un Barolo dai classici profumi che gli derivano dal vitigno e dal terreno: sentori di rosa appassita, di sottobosco, di prugna, di liquirizia e di spezie. Colore rosso rubino brillante con unghia aranciata.

Un vino dalla componente acida fresca e giovanile, coi tannini che sostengono una buona struttura. Gli aromi sono eleganti e di bella intensità. Il frutto è dolce, con sensazioni più evolute che rimandano al tabacco e alle erbe essiccate. Per la sua grande struttura, il Barolo Docg del Comune di Serralunga d'Alba si addice a secondi piatti di carni rosse, selvaggina di piuma e brasati. cod 70032

Etna Rosso Contrada Marchesa 2017 - Donnafugata

Donnafugata nasce in Sicilia dall'iniziativa di una famiglia che, con passione, ha saputo innovare lo stile e la percezione del vino siciliano nel mondo. Giacomo Rallo, quarta generazione di una famiglia con oltre 160 anni di esperienza nel vino di qualità, fonda Donnafugata nel 1983 insieme alla moglie Gabriella, pioniera della viticoltura in Sicilia. Oggi i figli José e Antonio guidano l'azienda e una squadra di persone orientata all'eccellenza.

Dal color rosso rubino chiaro, l'Etna Rosso Doc Contrada Marchesa presenta un fragrante bouquet dai sentori di piccoli frutti rossi, note speziate e di sottobosco, seguiti da nuances balsamiche e una delicata nota minerale. In bocca si distingue per il grande equilibrio caratterizzato da una buona freschezza e struttura. La fine tessitura tannica ne allunga la persistenza ed esalta l'eleganza di questo cru. Ottimo con risotti, carni e selvaggina. Da provare anche con zuppe di legumi o verdure delicatamente speziate. Da servire in calici di ampia grandezza a 18°C. cod 69928

Bianco Basilicata Igp 2019 - Masserie dell'Imperatore

Ottenuto da uve 100% Malvasia, raccolte a mano nella terza decade di settembre. Diraspapigiatura seguita da una pressatura soffice e successivamente dalla decantazione statica del mosto con inoculo con lieviti selezionati sul limpido. Seguono fermentazione e affinamento per sei mesi in botti di acciaio.

Dal colore giallo paglierino, con sfumature dorate. Al naso sentori aromatici e poi prelibati profumi fruttati di mela, di pesca, di mandorla, di nocciola e di albicocca in aggiunta a complesse essenze floreali di lavanda e di glicine. Palato dinamico e modulato, che viene fatto segno di dovizie note gustative che segnalano un vino morbido, sapido, fresco, fragrante, polposo, elegante ed infiltrante con una mineralità permanente. Godibile finale: il sorso si carica di sfumature piacevoli e precise. Da accostare a piatti di mare importanti o a carni bianche e formaggi freschi. cod 69838

Cuvee del Fondatore Millesimato 2019 - Graziano Merotto

Si tratta di un Prosecco Superiore Docg dalle caratteristiche eccelse che si fa apprezzare soprattutto per la sua piacevolezza dettata da fragranza, freschezza e bevibilità. Un vino frutto di 40 anni di esperienza e sperimentazione sulle varietà di Glera che qui raggiunge la sua massima espressione anche grazie ad un vigneto che viene coltivato nel suo habitat naturale perfetto.

Il vino nasce alle pendici di Col San Martino a 230 metri sul livello del mare e risente di una rifermentazione lunga 60 giorni che gli conferisce un perlage complesso, persistente, dalla grana abbastanza fine. Al palato spiccano le note floreali con una pungenza erbacea molto gradevole.

Delicatezza e acidità si fanno sentire come nei migliori prosecchi superiori. Ideale come aperitivo, ma anche in abbinamento a piatti di pesce delicato. cod 69726

BEN...BEVUTI AL SUD

AZIENDA SICILIANA DI SOLE BOLLICINE COPPOLA 1971, LA SCOMMESSA VINTA

di ***Gianni Paternò***

Coppola 1971 nasce nel 2017 per iniziativa di 2 cugini, Ilenia e Francesco Coppola, che prendono in mano l'azienda Sosi fondata nel 1971 da nonno Francesco che fino ad allora vendeva solo vini sfusi. I cugini in modo originale pensano di creare la prima e finora unica azienda siciliana che vinifica solo bollicine. I vigneti di proprietà sono 70 ettari più altri 10 di uliveti ad Alcamo. Tutto è biologico certificato.

L'ultima produzione è di 33mila bottiglie a fronte delle 50mila pre-covid. Sono tutti monovitigni Grillo, Catarratto, Grecanico, Inzolia, Moscato, Nerello Mascalese e Nero d'Avola. Il top è il Settantuno, un brut Grillo 12 gradi alc. assemblaggio di 4 differenti vigne. Raccolta a mano, vinificazione in riduzione per preservare i profumi, in autoclave per almeno 60 mesi. Nel calice è giallo verdolino; al naso predominano gli agrumi tra cui l'arancia selvatica, un fondo di crosta di pane finendo con erbe aromatiche; al palato finissime bollicine tanto da sembrare un metodo Classico anche nell'intensità e nella struttura, ha sapidità, vispa acidità, buona persistenza, grande personalità e bevibilità. Uno spumante deciso per sapori decisi. Lo trovate nello shop online a 10,50 euro. cod 71006

UN VITIGNO AL MESE

TORNA DI MODA IL NASCO VITIGNO AROMATICO DALLA SARDEGNA

di ***Piera Genta***

Vitigno a bacca bianca poco conosciuto, tra i più antichi di Sardegna, il cui nome deriverebbe dal latino *muscus*, utilizzato per descrivere il caratteristico aroma di muschio percepibile del vino affinato. Gli areali storici di questo vitigno ricadono prevalentemente nei terreni calcarei e assolati situati nell'entroterra del litorale cagliaritano. Allevato in prevalenza ancora con il tradizionale alberello latino, viene apprezzato per le sue qualità aromatiche. Sta attualmente rivivendo un rinnovato interesse, anche se la sua produzione è ancora limitata.

Viene vinificato anche liquoroso secco e Riserva, mentre nell'Igt Sibiola è assemblato al Vermentino sempre nella tipologia secco. Dal 1972 è riconosciuta la Doc Nasco di Cagliari. cod 71191

LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

LA LINEA DI CERULLI SPINOZZI OMAGGIO ALLA FAMIGLIA GRUÈ

di ***Piera Genta***

La Tenuta Cerulli Spinozzi di Canzano, in provincia di Teramo, ha dedicato una linea di 5 prodotti alla famiglia Gruè, noti ceramisti italiani originari di Castelli, attivi nel periodo che va dal XVI al XVIII secolo. Sulle etichette sono riprodotti disegni di un'opera degli anni '50 del '900 dal titolo "Terzo Cielo", formata da 258 formelle di ceramica rettangolari, ispirate all'antica tradizione locale di adornare i soffitti di chiese e di nobili dimore con mattonelle dipinte.

L'opera è stata realizzata da Guerrino Tramonti, Arrigo Visani e Serafino Mattucci, insegnanti del Liceo Artistico Francesco Antonio Grue di Teramo, con l'aiuto dei giovani allievi della scuola per la 10ª Triennale dell'artigianato di Milano (1954), dove fu premiata con il Diploma d'Onore. Portata a Firenze, fu quasi dimenticata per 60 anni fino ad essere esposta nuovamente a Castelli all'interno della Scuola.

Ispirato dall'idea che ceramica e uva affondano le radici nello stesso suolo argilloso e minerale, Enrico Cerulli Spinozzi ha voluto legare Gruè ad una tradizione artigianale di stimolo e di riferimento per l'Abruzzo, ribadendo l'identità culturale di questa regione.

Una di queste etichette, che raffigura una elegante selezione di calici, è quella del Colline Teramane Montepulciano d'Abruzzo Docg. Fragrante, piacevoli frutti rossi e leggera speziatura da floreale rosso. L'assaggio è lungo e appagante con un finale sapido. Godibile. cod 71196

BOLLICINE... CHE PASSIONE

RISERVA CUVÉE DELL'ABATE TUTTO IL GARBO DELLO CHARDONNAY

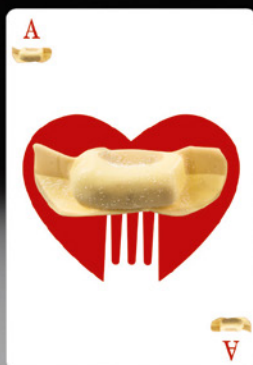
di ***Piera Genta***

Etichetta storica di Abate Nero, cantina dei Lunelli, un Trentodoc che racchiude nelle sue bollicine l'essenza della spumantistica classica trentina con un'impronta da sempre orientata alle lunghe evoluzioni. Produzione rigorosamente artigianale con un lungo affinamento sui lieviti, 120 mesi; la sboccatura è del 2020, 100% Chardonnay, uve raccolte e selezionate accuratamente a mano.
Ottima personalità aromatica che gioca sul contrasto tra concentrazione e tensione, naso molto fitto, avvolgente in un intreccio di frutta matura con ritorni minerali e agrumati. Pulito, fresco, non facile, rigoroso. Struttura, dinamismo, una interpretazione di garbo e raffinatezza dello Chardonnay che sa di territorio e della storia di una famiglia. cod 71198

DÉJÀ BÙ

UNO SCATTO NEL FINALE SASSICAIA 2015 COME RIBOT

di ***Guido Ricciarelli***

Direste voi, bella forza, facile tessere le lodi di un Sassicaia, siamo buoni tutti! Eh no. Prima di darvi conto di questa esperienza, devo raccontarvi brevemente da dove nasce un vino così iconico. Tenuta San Guido, fondata nel 1940, è quella del "duplice filar" di cipressi di cui scriveva Carducci.
Sassicaia, da uve Cabernet in prevalenza, con un piccolo ma determinante apporto di Cabernet Franc, lo inventa Mario Incisa della Rocchetta, l'artefice della razza equina Dormello Olgiata, che, con Federico Tesio a capo, allevò tra i tanti cavalli da corsa un certo Ribot. Nicolò continua con intelligenza e umiltà a curare l'azienda bolgherese che ha dato risalto internazionale a questo territorio.
Il paragone tra Ribot e Sassacaia calza alla perfezione. Ribot cucinava i suoi avversari a fuoco lento, con uno scatto devastante negli ultimi 100 metri. E questo Sassicaia 2015 è così. Delicato in partenza, con un naso di ribes nero e arancia rossa, accenni di tabacco e menta. Allunga il passo con lievi note di pepe e cacao. Piazza lo spunto vincente con un finale lunghissimo dal tocco vanigliato e mentolato. Come Ribot. cod 70858

NOTE DI SALE

ULTIMA CREAZIONE DI CASA OTUS

di ***Andrea Lupini***

L'ultima nata di casa Otus è una birra estremamente particolare e di forte impatto: una Imperial Stout brassata con fave di cacao e sale di Toscana. Basta versarla nel bicchiere e subito si nota un promettente nero scuro opaco (70 EBC) e una schiuma color nocciola, densa e compatta, che invita e accarezza le labbra. Il profumo è intenso, avvolgente: si percepiscono nettamente i profumi dei malti, con aromi di cacao che ricordano il cioccolato, il caramello e la frutta secca. Una birra ad alta fermentazione, con un tempo di maturazione piuttosto lungo, dal carattere deciso e di struttura importante che nasce dalla proficua sinergia professionale con Locatelli Saline Sale di Volterra, produttore del sale più puro d'Italia, dalla salina attiva fin dai tempi degli etruschi.

La nuova Stout del Birrificio Otus, con gradazione alcolica elevata (si parla di 10% vol.) si arricchisce di aromi e gusti provenienti dalle fave di cacao e dal Sale di Toscana, ingredienti di primissima qualità. Il risultato è una birra suadente, giocata sulla combinazione dei malti - ne sono utilizzati di 6 tipologie: Pils, Vienna, Carared, Cararoma, Carafa Special, Pale Chocolate - che donano note di cioccolato, caramello e frutta secca, e sull'uso abbondante di avena, che la rende estremamente morbida e setosa al palato. Il sentore di cacao è accentuato dall'aggiunta delle fave di cacao e la sapidità del sale è percepibile a fine sorso.

La Imperial Stout è una birra antica, proveniente dal mondo anglosassone. Storicamente, il termine "stout" indicava caratteristiche come l'orgoglio, l'impavidità fino ad assumere, col passare degli anni, il significato di forza e robustezza. Se la birra fosse un dessert, questa Chocolate Salted Imperial Stout sarebbe una mousse al cioccolato. Le birre di forte struttura e corpo sono per natura ricche, ma questa tipologia è caratterizzata da un'inebriante combinazione tra tenore sostenuto dell'alcol e aggiunta di malti scuri, che sono l'arma vincente equilibrando la dolcezza del malto con l'amarezza del tostato, ed è esaltata dall'aggiunta delle fave di cacao e del sale di Toscana. In cucina si accosta ai dessert, soprattutto a base di cacao e cioccolato. Ottima come birra da meditazione. Disponibile nei formati da 33 cl e 75 cl. cod 71044

Birrificio Otus
via Rumi 7 - 24121 Seriate (Bg)
Tel 035 296473 - **www.birrificiootus.com**

EUROPEAN BEER STAR 2020

PER LA PILS DI OTUS BRONZO STORICO

Quello bergamasco è il primo birrificio artigianale italiano che sale sul podio della categoria German-style Pilsner. Prodotta dal 2016, la lager ha ispirazione tedesco-ceca, con profumi floreali e speziati dei luppoli

Fra le migliori birre artigianali italiane premiate all'European beer star 2020, la competizione brassicola più importante del Continente, c'è anche la birra di Bergamo Otus Pils2, terza classificata nella categoria 2 German-style Pilsner. È la prima volta che un birrificio italiano sale su questo podio.

Il nuovo attestato di eccellenza arricchisce il medagliere della Pils2, da collocare accanto al Certificato d'eccellenza conseguito nella categoria 4.3 Lager (German-style Pilsner) del Brussels Beer Challenge 2019 e al terzo posto conseguito a Rimini nella categoria 1 (German and Bohemian Pilsner) del concorso Birra dell'Anno 2019 indetto dall'Associazione Unionbirrai.

Ricetta scritta ispirandosi alle milgiori Pilsner tedesche

La Germania è la patria delle Pilsner e il riconoscimento di qualità che consegna l'autorevole giuria internazionale assume particolare importanza: non a caso il nostro mastro birraio dell'azienda italiana ha scritto la ricetta ispirandosi alle migliori Pilsner tedesche.

Giuria: 72 intenditori per 2.036 birre in concorso

La giuria dell'European Beer Star 2020 è composta da 72 intenditori che hanno selezionato le birre da podio degustando le birre afferenti a 70 stili brassicoli. Nonostante l'imperversare della pandemia Covid-19 sono state 2.036 le birre che hanno partecipato al concorso, provenienti da 42 Paesi.

Caratteristiche: amaro gradevole del luppolo

Prodotta dal 2016, Pils2 è una lager a ispirazione tedesco-ceca, con luppoli continentali. Caratterizzata dai profumi floreali e speziati dei luppoli e dai toni dolci dei malti, che in bocca sono bilanciati dall'amaro gradevole del luppolo, questa birra continua a sorprendere per la fragranza e l'equilibrio delicato.

Schiuma compatta, aspetto leggermente velato

La schiuma è fine e compatta, aderente e persistente. L'aspetto può essere leggermente velato per la presenza dei lieviti. Il colore è giallo paglierino. Le lunghe maturazioni al freddo, l'acqua povera in sali e l'amaro non invadente dei luppoli sono alla base di questa ricetta e rendono la birra appagante ma nello stesso tempo delicata.

cod 71393

ASSOBIRRA SOSTIENE LA FILIERA

CREDITO DI IMPOSTA SULLA SPINA

di ***Gabriele Ancona***

Tavola rotonda digitale organizzata da Assobirra per fare il punto sul sostegno alla filiera provata dalla pandemia e dai suoi tentativi di arginarla. In collegamento il presidente **Michele Cason**, il vicepresidente **Alfredo Pratolongo**, **Fabio Melilli**, presidente della commissione Bilancio della Camera dei Deputati, **Luca Paolazzi**, partner di Ref Ricerche e Ceresio Investors advisor e **Luciano Sbraga**, vicedirettore generale di Fipe-Federazione italiana pubblici esercizi. Sbraga era in diretta da pizza del Pantheon a Roma, dove si svolgeva una manifestazione, in contemporanea in diverse città d'Italia, per denunciare la situazione disperata dei pubblici esercizi. La piazza è stata "apparecchiata" con tovaglie, posate e bicchieri al suolo. Messaggio chiaro.

«Il comparto ha generato una ricchezza tale da diventare uno dei settori strategici della nostra economia. Questo valore non può andare disperso e, anzi, va valorizzato»

Michele Cason

«La birra arriva da un decennio di crescita - ha dichiarato Michele Cason - Anni in cui ha messo a segno record su record su tutti i fronti: dalla produzione, sostenuta da un export sempre più consistente, al numero di consumatori che sempre più prediligono abitudini moderate con prodotti a basso tenore alcolico. Il comparto ha generato una ricchezza tale da diventare uno dei settori strategici della nostra economia. Questo valore non può andare disperso e, anzi, va valorizzato affinché la filiera birraria possa essere uno dei pilastri strategici su cui costruire una roadmap chiara per affrontare la crisi attuale».

«Uno sviluppo notevole - ha ricordato Luca Paolazzi - che ha fatto segnare +35% a livello produttivo, consumi a +24% ed export da primato: +98%, anche in Paesi di solda tradizione brassicola. Un settore ad alto tasso di sviluppo che conta 5.500 occupati diretti per un totale di 150mila addetti lungo tutta la filiera. Nel 2019 in Italia il consumo procapite è stato di 34 litri. L'innovazione è stata la chiave di volta, con le birre speciali che, rappresentando il 14% del consumo Horeca, hanno mangiato quote al vino. I consumatori sono disposti a pagare anche di più per degustare qualcosa di nuovo».

Questa la fotografia di un mercato messo al muro dalle misure anti Covid e piagato dalle accise - che il mondo del vino non paga - e che hanno un peso di 713 milioni di euro l'anno.

«La birra - ha annotato Alfredo Pratolongo - è l'unica bevanda da pasto che paga le accise. Il livello attuale è troppo elevato e non consente di investire. L'ideale sarebbe una riduzione del 30% in tre anni».

Proposta che ha visto disponibile a un approfondimento ragionato Fabio Melilli, presidente della commissione Bilancio della Camera che, riguardo ai recenti decreti del Governo ha puntualizzato: «Abbiamo fatto un fermo all'uscita delle persone, perché il servizio sanitario rischia di non tenere. Dobbiamo provare a salvare il Natale».

Proprio per tutelare l'immenso valore economico e sociale generato in gran parte anche dal sodalizio birra e Horeca, AssoBirra chiede un sostegno immedia-

to tramite un apporto concreto di liquidità destinato ai punti di consumo. Va inoltre studiata sin da ora una misura volta ad accompagnare la riapertura in toto dei locali, quando avverrà, orientata a sostenere in maniera energica i gestori. Tra le ipotesi sul tavolo, il riconoscimento di un credito di imposta sulla birra alla spina che ne migliori la marginalità.

«Supportare la birra alla spina - ha puntualizzato Pratolongo - consentirebbe di agire in modo mirato aiutando chi è stato più colpito. Per esempio le oltre 125mila pizzerie in Italia, che quando potranno riprendere a lavorare a pieno regime avranno seri problemi di marginalità. Per questo inserire un credito di imposta per la birra alla spina è una delle possibili soluzioni pratiche e applicabili concretamente, che porterebbe benefici proporzionali e consentirebbe agli esercenti di migliorare i margini e far fronte così al calo drastico dei consumi».

Il valore condiviso generato dalla birra in Italia, e che esprime la ricchezza generata, nel 2018 ammontava a 9 miliardi di euro. Di questi, oltre 5,7 sono da ricondursi all'universo Horeca, una galassia di oltre 1 milione e 200mila addetti e 340mila imprese che, prima dell'emergenza Covid-19, generava un fatturato di oltre 90 miliardi di euro ogni anno. E che oggi è messa a dura prova dalla seconda ondata pandemica e dai recenti Dpcm che hanno sancito la chiusura tassativa di tutti i punti di ristoro in alcune regioni d'Italia. Non a caso, il quadro disegnato dalla Federazione italiana pubblici esercizi è drammatico: entro la fine dell'anno, chiuderanno 50mila imprese. In altre parole, oltre 350mila persone perderanno il posto di lavoro.

«Ben 27 miliardi di euro non entreranno nelle casse della filiera e 8 saranno quelli delle perdite relativi agli acquisti - denuncia Luciano Sbraga, vicedirettore generale di Fipe - le città sono spente. Eppure non veniamo percepiti come un settore vitale dell'attività economica». cod 70903

UN'ECCELLENZA SOTTO L'ALBERO? GRAPPA MARZADRO

La storia della Distilleria Marzadro inizia nel 1949 nel cuore della Vallagarina, in Trentino. Un inizio fatto di tenacia, caparbietà e promesse nel tempo mantenute. La famiglia, oggi alla terza generazione, conserva intatto il patrimonio di tradizioni con grande impegno e passione. Ecco alcune idee regalo per il periodo natalizio.

Espressioni futura

Una speciale selezione d'annata in edizione limitata, proveniente dalla distillazione a Bagnomaria di vitigni rossi e bianchi successivamente miscelati con maestria prima dell'invecchiamento di 4 + 1 anni in botti di Rovere e Pedro Ximenez Sherry. Profumo rotondo e deciso, struttura equilibrata e ricca.

Cofanetto 70° anniversario

Elegante Humidor in legno di cedro e radica con umidificatore e barometro che contiene una speciale Grappa di vinacce rosse affinata per ben 20 anni in botti di rovere, 1 bottiglia di cristallo con 2 bicchieri e le storiche cartoline della distilleria.

Diciotto Lune Riserva Botte Porto

Un'edizione speciale della Grappa Stravecchia Diciotto Lune. "Riserva Botte Porto" nasce da un periodo di invecchiamento di 36 mesi: 18 mesi in botti di legni diversi e 18 mesi in un numero limitato di botti selezionate, utilizzate in precedenza per l'affinamento del vino Porto. L'ulteriore affinamento evidenzia un contrasto grappa-legno più netto e un sentore fruttato proveniente dalla botte di Porto. Un connubio di sensazioni uniche.

Collezione Giare

Tre grappe di monovitigno invecchiate 36 mesi in botti di rovere.

- **Giare Amarone**: grappa di vinacce tipiche dell'Amarone della Valpolicella: Corvina, Rondinella, Molinara; profumo fine e deciso, gusto piacevolmente avvolgente, armonica e persistente al palato.
- **Giare Gewürztraminer**: grappa dal profumo intenso, di notevole impatto sensoriale con una sensazione gustativa molto armonica.
- **Giare Chardonnay**: grappa dal profumo fine ed elegante, dal gusto intenso e asciutto. cod 70970

Distilleria Marzadro
via Per Brancolino 10 - 38060 Nogaredo (Tn)
Tel 0464 304555 - **www.marzadro.it**

ABSOLUT MOVEMENT LIMITED EDITION
UN VORTICE DI ENERGIA POSITIVA

La nuova bottiglia limited edition Absolut Movement vuole ispirare l'unione e la connessione tra le persone. In un movimento continuo capace di generare un cambiamento positivo. Il design della bottiglia, la prima ad essere realizzata con il 60% di vetro riciclato - da questo deriva il particolare colore del vetro sabbiato blu - è caratterizzato da 16 scanalature che disegnano una spirale ascendente.

Rappresenta un imponente movimento vorticoso, in grado di catturare l'energia positiva che si scatena dal confronto tra le persone. È metafora di un cambiamento, un ciclo senza fine, di cui tutti risultiamo essere i principali attori. La bottiglia è simbolo del progresso, una celebrazione dello spirito umano che può arricchirsi solo se le diverse visioni delle persone convergono in un unico punto, annullando la distanza, non fisica, e generando così un cambiamento positivo. Inclusività, diversità di identità e di opinione, fiducia nel cambiamento sono alcuni dei valori cari all'azienda che, con Absolut Movement, ha deciso di comunicare messaggi forti e positivi, anche attraverso l'insolita forma della bottiglia.

cod 70851

NATALE CON MAZZETTI D'ALTAVILLA
IDEE CURIOSE D'ALTA GAMMA

Il Natale si avvicina e Mazzetti d'Altavilla non perde tempo e propone un ventaglio di opportunità. Referenze originali per soddisfare ogni esigenza e disponibili nei negozi specializzati in tutta Italia e nello shop online della distilleria di Altavilla Monferrato (Al). Di seguito una panoramica sulle novità firmate Mazzetti.

Grappina e Gin di Natale

Una pallina da appendere all'albero che accoglie una Grappa barricata piemontese o Gin Mazzetti.

Albero Magico e Natale Spiritoso

Un albero di Natale in legno al quale è collegata una "Grappina", pallina di Natale contenente grappa barricata.

Lanterna Puntozero black edition

Una grappa di grande richiamo come la "7.0", da vitigno autoctono monferrino Ruchè, che esprime una concezione ecosostenibile della distillazione, in uno speciale connubio con il fascino di una lanterna.

Jeroboam Gin Mazzetti

In questo London Dry risiede tutta la ricchezza sensoriale delle vallate prealpine, lasciando emergere in modo preponderante note tipiche del territorio.

Oro di Mazzetti

Riconosciuto fra i prodotti che più hanno contribuito a nobilitare e "svecchiare" l'immagine del distillato italiano, il liquore firmato Mazzetti contiene microscaglie di oro alimentare (23 carati).

Calendario dell'Avvento

Una selezione di 12 grappe, spirits e liquori, ripetuta per due volte, verrà proposta in versione miniatura per far scoprire una parte dell'assortimento della "Casa della Grappa".

Riserva al Cubo

Ci sono annate che si distinguono, dando origine a distillati irripetibili. Tra questi la Grappa Riserva di Barolo annata 2011, invecchiata 5 anni, scelta come poetico contenuto per questa bottiglia, incastonata come un gioiello in una cassetta di levigata e profumata essenza lignea. cod 71250

DOMENIS1898

STORICA AMARO

Una ricetta equilibrata per ottenere un liquore estremamente gradevole e intenso, di ottima qualità come sono tutti i prodotti DOMENIS1898. Ricavato dall'infusione e dalla distillazione di circa 20 essenze vegetali, è caratterizzato da sentori floreali, accompagnati da note fruttate che si uniscono equilibrandosi con la parte amaricante. Da gustare liscio per distinguere ciascuna delle venti essenze da cui è ricavato. Ghiacciato per apprezzarne l'amalgama precisa e intensa.

Non un semplice amaro, ma un liquore ricercato, l'infusione e distillazione esatta di aromi estratti da frutta, fiori e radici legate al territorio nel quale l'amaro prende vita.

DOMENIS1898
via Darnazzacco 30 - 33043 Cividale del Friuli (Ud) - Tel 0432 731023
www.domenis1898.com

MAZZETTI D'ALTAVILLA

GIN MAZZETTI

La freschezza delle botaniche piemontesi concede da sempre un tocco particolare al Gin pedemontano. Qui lo "zenèiver" è il nome antico del ginepro le cui bacche sono usate con scopo digestivo, depurativo, antinfiammatorio e balsamico, oltre che per creare il Gin. In questo London Dry risiede dunque tutta la ricchezza sensoriale delle vallate prealpine lasciando emergere in modo preponderante note tipiche del territorio. Un Gin che parla di Piemonte stimolando i sensi e permettendo di respirare profondamente i profumi che lo contraddistinguono, tanto da renderlo adatto anche ad una degustazione in purezza o a una miscelazione attenta.

Mazzetti D'Altavilla
viale Unità d'Italia 2 - 15041 Altavilla Monferrato (Al) - Tel 0142 926147
www.mazzetti.it

MARZADRO

ESPRESSIONI FUTURA

Le Espressioni di Andrea Marzadro racchiudono al proprio interno tutto ciò che di meglio la sala di invecchiamento ha saputo regalare durante tutto l'anno dando così prova della volontà di coinvolgervi in esperienze sempre diverse e di qualità elevate.

Espressioni Futura proviene dalla distillazione a bagnomaria di vitigni rossi e bianchi successivame nte miscelati con maestria prima dell'invecchiamento di 4 + 1 anni in botti di Rovere e Pedro Ximenez Sherry.

Profumo rotondo e deciso, struttura equilibrata e ricca.

Distilleria Marzadro
via Per Brancolino 10 - 38060 Nogaredo (Tn) - Tel 0464 304555
www.marzadro.it

GDO NEWS

Italia a Tavola allarga gli orizzonti e da questo mese inaugura una sezione dedicata ai prodotti e alle aziende che si rivolgono al canale della Grande distribuzione organizzata: novità di prodotto, iniziative e nuovi progetti che rappresentano un motivo d'interesse per il consumatore finale

FJORD, PASSIONE TUTTA ITALIANA PESCE GARANTITO E SOSTENIBILE

Alla costante ricerca di una cultura gastronomica di alto livello, Fjord è una garanzia di affidabilità e attenzione alla qualità nell'ambito dei prodotti ittici. Si conferma l'impegno nella tutela ambientale

Fjord è da sempre il punto di riferimento nella produzione di ittici affumicati, quali principalmente salmone, spada, tonno. Nata nel 1969, dal 2017 è stata acquisita da Agroittica Spa, tra i principali produttori di caviale al mondo, con l'obiettivo di rilanciare il marchio in chiave Made in Italy. Con l'esperienza e la cura maturate nella lavorazione del caviale unite alla passione tutta italiana, Fjord offre i migliori prodotti, alla costante ricerca di una cultura gastronomica di alto livello. Passione, determinazione e costanza sono i valori che guidano Fjord, così come la cura dei dettagli e l'attenzione alla qualità.

Sostenibilità certificata

Punto di forza di Fjord è il controllo di ogni singola fase del processo produttivo: dalla sfilettatura alla salatura fino all'asciugatura e infine all'affumicatura. Una cura maniacale che ha portato l'azienda a conquistare due importanti certificazioni: la IFS (International Food Standard) e l'ASC (Aquaculture Stewardship Council). Fjord conferma il suo impegno ambientale e lo spirito innovativo anche nel processo di confezionamento utilizzando, per i suoi affumicati, carta certificata FSC (Forest Stewardship Council), ottenuta cioè da materie prime derivanti da foreste controllate.

La gamma Fjord

Salmone, storione, spada, tonno e trota. La varietà dei prodotti Fjord offre un'ampia scelta al consumatore con la certezza di portare sempre in tavola un prodotto d'eccellenza sano e gustoso.

Salmone Norvegese

Dal gusto deciso e con piacevoli nuance di affumicatura tipiche del legno di faggio è un pesce nobile originario dei freddi mari del Nord.

Salmone Scozzese

Leggermente salato e lentamente affumicato con pregiati legni di faggio, il salmone scozzese è un pesce dal sapore delicato e dalla carne compatta, consistente e caratterizzata da leggere striature rosate.

Salmone Red King

Il Red King, leggermente salato, viene affumicato lentamente utilizzando pregiati legni di faggio. Dal colore arancione rosato ha un gusto delicato ed una consistenza burrosa propria dei King Salmons.

Salmone selvaggio d'Alaska

Le peculiarità di questo pesce sono date dal colore delle sue carni, arancione brillante ed intenso, dalla sua morbidezza e dal suo gusto intenso.

Storione Bianco

Dalle origini antichissime che lo vedono già protagonista dei banchetti degli antichi romani, è apprezzato per le carni magre e dalle elevate proprietà nutritive.

Pesce spada

Fragranza e sapore inconfondibili per un prodotto di prima scelta, ottenuto dalla lavorazione della carne di qualità "sashimi" delicatamente affumicata con pregiati legni di faggio.

Tonno Pinne Gialle

Perfetto per antipasti gustosi è leggermente salato e lentamente affumicato con pregiati legni di faggio per esaltarne il sapore delicato.

Trota

Il filetto di trota affumicato è ideale per gli antipasti o semplicemente da gustare come piatto pronto con del pane caldo. La sua carne è compatta, soda e dalle striature rosate. cod 71479

Fjord
via per Cassano Magnago 120 - 21052 Busto Arsizio (Va) - Tel 0331 681155
www.fjord.eu

CAVIAR GIAVERI
IL CAVIALE CHE RISPETTA L'AMBIENTE

Caviale Beluga, Caviale Osietra, Caviale Siberian: ma non siamo in Russia. Siamo nei possedimenti ittici della Caviar Giaveri a San Bartolomeo, in provincia di Treviso, a pochi chilometri da Venezia. Qui le moderne tecnologie di acquacoltura permettono la sostenibilità degli impianti e la salvaguardia dello storione. Le grandi dimensioni delle vasche all'aperto, che riproducono perfettamente l'habitat naturale, l'utilizzo bilanciato di nutrienti adeguati, l'estrazione delle uova in ambiente protetto e la loro rapidissima conservazione a temperatura controllata, sono tutti aspetti che permettono a Caviar Giaveri di porsi al top nel mondo della produzione del caviale fondendo la cultura gastronomica italiana con la tradizione russa.

A quarant'anni dalla geniale intuizione di Rodolfo Giaveri, il fondatore, e per merito di tutta la sua famiglia, possiamo trovare, alla porta di casa, il cibo preferito degli Zar che non teme confronti. Oggi l'azienda è guidata da Jenny, Giada e Joys Giaveri, tre giovani imprenditrici che, con grande passione, continuano la tradizione di famiglia a fianco del padre.

Una lunga lavorazione

Un allevamento, attualmente il più vario del mondo, di 10 diverse specie che permette di scegliere tra una ricca varietà di tipi di caviale ecosostenibile. Ogni esemplare è accudito e seguito in ogni fase della sua crescita e ogni aspetto è curato minuziosamente per garantire il massimo rispetto dell'equilibrio dell'ecosistema. Passione e pazienza quotidiana caratterizzano Caviar Giaveri: servono, infatti, molti anni per la maturazione del pesce, il che comporta un ciclo produttivo estremamente lungo, dai 7 ai 15 anni e oltre per fare il caviale, a seconda della specie allevata.

La salatura, fase molto delicata che segue una ricetta segreta di Caviar Giaveri, è utilizzata, ovviamente, per la conservazione naturale delle uova e per caratterizzare maggiormente il sapore del caviale: il metodo è quello definito "Malossol", con poco sale. Ognuna delle fasi di lavorazione delle uova avviene in un ambiente protetto e controllato, una "camera bianca" con aria pura dove accedono solo le persone autorizzate. Il rigore del processo produttivo è testimoniato dai certificati più autorevoli, come IFS Food higher level. Nell'ottica del continuo miglioramento, Caviar Giaveri si è certificata in conformità ai più alti standard ed è un marchio votato all'eccellenza, uno stile riconoscibile come la qualità del caviale proposto in diverse selezioni.

Caviar Giaveri, uno stile inconfondibile

Questo è Caviar Giaveri: uno stile riconoscibile, alto e trasparente come la qualità del caviale proposto in diverse selezioni, caratterizzato da fattori unici come l'approccio naturale, la manifattura italiana e la freschezza in tutte le fasi. Caviar Giaveri esporta in tutto il mondo caviale italiano di alta qualità: i principali Paesi sono Francia, Usa, Canada, Brasile, Sud Africa, Oriente (Giappone, Thailandia, Korea, Taiwan, Hong Kong, Indonesia e Malesia), Medio Oriente e Australia. Caviar Giaveri è conosciuto dai più attenti conoscitori di eccellenze e gastronomia.

L'azienda distribuisce il proprio caviale grazie alla sua rete selezionata: presso le migliori enoteche, le più raffinate gastronomie, i grandi ristoranti, i negozi da gourmet in Italia e nel mondo. Inoltre, si possono trovare tutte le selezioni di caviale nei formati preferiti nella boutique aziendale e via e-commerce con consegna in 24-48 ore sul sito www.caviargiaveri.com. Il trasporto sicuro avviene attraverso corriere refrigerato oppure corriere espresso selezionato con imballo apposito e glacette in modo da garantire la catena del freddo.

Le selezioni per chef e intenditori

Caviar Giaveri ha selezionato per gli chef un caviale di grande impatto visivo e percettivo per le loro creazioni, la linea Haute Cuisine Sélection Chef Deluxe: grossi grani amabili al palato. La sua degustazione permette di iniziare l'esperienza con gli occhi, per poi seguire con un gusto raffinato che persiste in bocca e, allo stesso tempo si rivela un prezioso versatile e semplice ingrediente. Questo caviale di storione bianco risalterà anche nelle preparazioni più facili e veloci. Ha un ciclo di maturazione delle uova di 7 anni.

Un'altra importante selezione, riconosciuta a livello internazionale, è quella del Siberian Classic, un must di Caviar Giaveri: sicuramente uno sfizio anche per i palati più esigenti, ideale per veri appassionati, è apprezzato dai migliori conoscitori perché paragonabile al celebre Osietra. Il caviale Siberian si contraddistingue per la sua amabile consi-

stenza, la sua freschezza e quell'aroma delicato e leggermente iodato.

Nell'Osietra Classic, invece, il tradizionale metodo russo "Malossol" che Caviar Giaveri adotta per le sue lavorazioni non può che esaltare questo caviale, già propriamente prelibato e da sempre apprezzato dagli intenditori più esigenti. Selezionato accuratamente a mano come tutti i prodotti Giaveri, l'Osietra sopraffino coinvolge tutti i sensi con perfetti grani identici, croccanti, un intenso colore dal bruno dorato e il duraturo gusto di raffinata delizia.

Per finire, il Beluga Siberian, il meglio dell'eccellenza italiana. L'esperienza di gustare il sapore unico del caviale Beluga, esaltando la vista con le inconfondibili uova di grandi dimensioni, è tra le raffinatezze gastronomiche più esclusive e prelibate. La salatura minima della tradizione russa accompagna il tipico gusto del caviale Beluga. cod 71514

Caviar Giaveri
via Villanova 10 - 31030
San Bartolomeo di Breda (Tv)
Tel 0422 686038
www.caviargiaveri.com

BAULI SOTTO L'ALBERO DI NATALE

FESTE RICCHE DI NOVITÀ DA G USTARE

Una tradizione dolciaria che risale al 1922. Quasi un secolo di storia che fonda le origini nel lievito madre, nelle lunghe ore di lievitazione. Bauli di Verona è un simbolo del made in Italy alimentare. Le feste sono nell'aria e il suo richiamo è palpabile. Il pensiero corre al Pandoro di Verona Bauli e il Panettone di Verona Bauli, questo diventato ormai un must per coloro che amano il panettone con l'uvetta ma senza i canditi. Due miti che, con i loro impasti frutto della lenta lievitazione naturale, sono dolci sempre molto amati. Ai prodotti classici si aggiungono quest'anno molte sorprese.

La novità del Natale 2020 è il Panettone Margherita. Uova fresche, burro e lievito naturale, un segreto fatto di pochi e semplici ingredienti. La lunga lievitazione e lo zucchero a velo completano questo dolce dedicato agli amanti del panettone nella sua massima espressione. Formato 700 grammi. Prezzo consigliato al pubblico 6,20 euro.

Grazie al suo impasto lievitato naturalmente, la nuova Bavarese Bauli è una torta dal ripieno di crema pasticcera, avvolta in una nuvola di cacao zuccherato. Tutta l'arte pasticcera Bauli racchiusa in un dolce di ispirazione tradizionale con un gusto sempre moderno. Formato 700 grammi. Prezzo consigliato al pubblico 7,90 euro.

Dopo il successo del Pandoro al Cioccolato di Modica Igp, per le Creazioni di Pandoro Bauli è il momento del Pandoro con crema pasticcera alla vaniglia bourbon del Madagascar ricoperta di cioccolato fondente e decorazioni di cioccolato al latte. Una novità firmata Bauli per gli amanti del pandoro farcito. Formato 800 grammi. Prezzo consigliato al pubblico 8,40 euro.

Nuovo formato per il Panettone 5 Cereali Cioccolato Bauli. Grano saraceno, riso, orzo, farro e avena uniti a gocce di cioccolato fondente e a una croccante glassa con cioccolato. Il panettone Bauli senza canditi e ricchissimo di sapore. Formato 600 grammi. Prezzo consigliato al pubblico 6,20 euro. cod 71356

SANT'ANNA EXPRESS A DOMICILIO, PARTE IL SERVIZIO SHOPPING ONLINE

Nuovo servizio Express per Acqua Sant'Anna, la prima azienda italiana del beverage a realizzare un canale di vendita e-commerce nel 2018. Un servizio porta a porta attivo nelle aree metropolitane di Milano, Torino e Monza-Brianza pensato per rispondere alle sempre più frequenti esigenze dei consumatori di ricevere a domicilio l'acqua e le bevande Sant'Anna in tempi ancora più rapidi.

Il sito shop.santanna.it/sant-anna-express permetterà di avere accesso all'intera gamma prodotti dell'azienda: circa 30 referenze tra i numerosi formati di acqua e le bevande SanThè, Fruity Touch e Beauty.

I punti di forza. Consegne veloci in 24/48h dal momento dell'ordine, costi di spedizione ridotti, acquisti fino a 120 kg, offerte speciali riservate al servizio Express. Per promuovere il servizio, Acqua Sant'Anna presenta la speciale "Promo lancio": acquistando il kit promozionale composto da 10 confezione di Acqua Sant'Anna Naturale da 1,5 l, la consegna sarà al piano e senza costi di spedizione..

cod 71363

MANDORLATO E PANDORO CON BALOCCO LA FESTA È PIÙ DOLCE

Da oltre novant'anni Balocco si impegna a rendere più dolce il Natale di milioni di italiani, attraverso prodotti che hanno radici profonde nel territorio e nella cultura dell'arte dolciaria. Anche per il Natale 2020 l'azienda di Fossano (Cn) propone l'alta qualità delle sue creazioni pasticcere come il Mandorlato e il Pandoro Balocco.

Il Mandorlato Balocco è realizzato con solo lievito madre, uova da galline allevate a terra, scorze d'arance candite di Sicilia, cedro Diamante e uvetta sultanina. Ricoperto dalla glassa alle nocciole italiane lavorata artigianalmente e arricchita con mandorle e fiocchi di zucchero, l'originale Mandorlato è perfetto anche come regalo. Il Mandorlato Balocco può essere infatti anche incartato a mano, un incarto esclusivo, reso ancora più elegante dallo spago con stelline in legno.

Realizzato con uova da galline allevate a terra e latte fresco italiano, il Pandoro Balocco si caratterizza per la pasta morbida e delicatamente profumata nel rispetto della ricetta tradizionale. Anche il Pandoro Balocco prevede una linea incartata a mano e racchiusa in un incarto impreziosito con alberelli natalizi in legno. cod 71190

NATALE LIMITED EDITION CON LE NOVITÀ STARBUCKS-NESTLÉ

L'edizione limitata dei caffè natalizi Starbucks in Italia è disponibile in capsule per macchine da caffè Nespresso e Nescafé Dolce Gusto, in caffè macinato e in grani, distribuiti in supermercati selezionati e online fino alla fine dell'anno. Per celebrare la stagione delle feste, Nestlé ha annunciato il lancio delle nuove varietà Starbucks Holiday Blend e Toffee Nut Latte, disponibili per la prima volta a casa. La limited edition natalizia, come tutti i prodotti Starbucks, è realizzata con caffè 100% Arabica eticamente certificato attraverso il programma Coffee and farmer equity (Cafe), sviluppato in collaborazione con l'associazione Conservation international.

Starbucks Toffee Nut Latte è una bevanda ricca e cremosa in cui il caffè e il latte si uniscono al gusto del toffee e delle noci tostate. Il tutto viene poi racchiuso da un soffice strato di schiuma. Starbucks Holiday Blend è un caffè equilibrato e dolce, con note erbacee e sentori di acero in cui si combinano i vivaci chicchi latino-americani con i morbidi chicchi indonesiani.

cod 71338

BENESSERE, AUMENTANO I CLICK

ACQUISTI ONLINE PER 1,2 MILIARDI

In Italia, su una platea di circa 25 milioni di acquirenti online di prodotti fisici, 16,9 milioni di persone negli ultimi 12 mesi (+72%) hanno comprato un prodotto di tipologia Health&Pharma. Un mercato che vale 1,2 miliardi di euro (+87% rispetto al 2019), con una spesa pro-capite media di circa 80 euro, dove gli acquirenti abituali - 4,6 milioni di persone che hanno acquistano beni almeno 4 volte nell'arco temporale di un anno - contribuiscono al 40% del valore dell'e-commerce di settore.

A trainare il canale online non è stata solo la convenienza economica, ma ancora una volta, come registrato in altri comparti, l'attuale emergenza sanitaria: il 15% del campione ha preferito rivolgersi al web, piuttosto che recarsi fisicamente in farmacia o in negozio. Tra i metodi di pagamento più utilizzati troviamo PayPal e le carte prepagate; la consegna a casa è ritenuto il servizio più utile per chi compra sul web.

Queste alcune delle principali evidenze della ricerca 2020 curata dal Gruppo di lavoro Netcomm Digital Health&Pharma e condotta grazie al supporto di Aboca, Angelini, Nestlé, New Line Ricerche di Mercato, QBerg e Rif Raf.

«Il 2020 è indubbiamente un anno molto particolare, all'interno del quale sono cambiati nettamente i comportamenti dei consumatori e i canali digitali hanno assunto un ruolo importante, in alcuni momenti perfino essenziale - commenta **Roberto Liscia**, presidente di Netcomm - I prodotti farmaceutici e della salute stanno assumendo un peso sempre più rilevante nel paniere dei consumi digitali, tanto che i volumi degli acquisti Health&Pharma online in Italia sono raddoppiati. L'importanza dei canali digitali in ogni aspetto della filiera è evidente non solo agli esperti, ma anche a tutti i cittadini. Le opportunità sono tantissime: la sanità, il sistema farmaceutico e i consumatori possono trarre indubbio beneficio dai nuovi servizi, dai nuovi canali e dalle nuove tecnologie digitali».

Le tre categorie che sviluppano il maggior valore di acquisti online sono: vitamine, integratori e potenziatori per lo sport (207 milioni di euro); i prodotti di ottica (occhiali da vista e lenti a contatto, 181 milioni di euro); le creme e le pomate per la pelle e i muscoli (oltre 168 milioni di euro). Su 100 euro spesi online in prodotti di Health&Pharma, 45 sono relativi ai prodotti di queste tre categorie.

I consumatori abituali e quelli sporadici

Tra gli acquirenti online di prodotti Health&Pharma (16,9 milioni di persone, +72% rispetto al 2019), quelli abituali rappresentano il 27% del totale e, grazie a uno scontrino e a una frequenza di acquisto superiori alla media, generano il 40% del valore e-commerce dei prodotti H&P. Al contrario, gli acquirenti sporadici, pur rappresentando il 73% degli e-

shopper H&P, alimentano il 60% del valore del settore online.

L'acquisto è, in due casi su tre, una ripetizione di un atto già effettuato in precedenza («Avevo già comprato quel prodotto, della stessa marca»), anche se i comportamenti abitudinari negli acquirenti H&P sono mediamente inferiori rispetto a quelli osservati negli acquisti generali di prodotti. Il confronto con gli e-shopper di prodotto evidenzia infatti che nell'H&P i motori di ricerca hanno un ruolo più importante nel processo di conoscenza e acquisto, oltre ai consumatori stessi che si dimostrano più propensi verso nuovi prodotti, segno di un mercato dinamico, non ancora maturo.

Per alcune categorie di prodotto vi è infatti la tendenza a ricomprare sempre lo stesso prodotto e/o marca: questo è il caso di farmaci (46,2%), ottica (46,5%) e prodotti alimentari e dietetici a fini speciali (47,8%). Altre categorie, invece, presentano una quota di clienti "fedeli" decisamente più bassa, come per esempio i prodotti naturali per la salute e le creme e pomate per la pelle.

I touch point dei canali Health&Pharma digitali

Rispetto allo scorso anno, variano leggermente i touch point ritenuti rilevanti dal consumatore: chi acquista per la prima volta online ha chiesto prima consiglio a un professionista sanitario (14,1%), si è affidato ai motori di ricerca (14,2%) o ai siti e-commerce (13,5%), ma vi è anche un 6,6% che si è lasciato ispirare dalle vetrine di un negozio fisico per acquistare successivamente da remoto.

I consumatori che invece si rivolgono d'abitudine ai canali digitali risultano maggiormente influenzati dai motori di ricerca (16,5%), dai siti e-commerce (14,8%) e dalle review online (13,3%).

La scelta di comprare online è guidata da considerazioni legate prevalentemente alla convenienza economica (36,7%), alla comodità (18,1%) e alla disponibilità di offerte speciali (16%). Il "fattore lockdown" ha avuto inoltre un impatto importante. Il 15,3% di coloro che hanno acquistato online prodotti Health&Pharma nell'ultimo anno ha scelto il canale online poiché durante l'emergenza sanitaria ha preferito non recarsi in negozio o in farmacia.

Lo studio ha inoltre analizzato la tipologia di merchant più utilizzati negli acquisti online di prodotti Health&Pharma. L'e-Retailer generalista è la categoria di rivenditore a cui i consumatori si affidano maggiormente (45,6%), seguita dalle farmacie online (35,4%).

Per quanto riguarda il pagamento, in 8 casi su 10 questo avviene contestualmente all'acquisto. Il metodo più utilizzato è PayPal (32,4%), anche se nel corso dell'ultimo anno questo strumento ha perso il 6,9% a favore della carta prepagata (26,5%), che rappresenta la seconda modalità preferita di pagamento, con un incremento del 6,1% rispetto al 2019.

«L'indagine di quest'anno conferma alcuni elementi già tracciati nel 2019: nonostante l'esperienza di acquisto online sia stata ritenuta generalmente molto soddisfacente sia durante il lockdown che nella fase successiva (con una valutazione media nella categoria Health & Pharma di 8,5 su 10) esiste ancora una sorta di barriera all'entrata nel settore da parte di alcuni consumatori. Il primo e più rilevante inibitore all'acquisto online è legato al fatto che i consumatori preferiscono confrontarsi e farsi consigliare di persona da un professionista del settore. Inoltre, come già emerso nel 2019, le caratteristiche più importante per un sito che vende prodotti H&P secondo gli e-shopper sono la sicurezza e l'affidabilità (24%), mentre i fattori di convenienza e velocità (20%), che generalmente sono al primo posto nell'e-commerce, risultano essere secondari», conclude Roberto Liscia.

Rispetto all'anno scorso, l'e-commerce dedicato al mercato di prodotti Health&Pharma è aumentato dell'87%, grazie anche al lockdown. Le categorie più di successo sono sport, ottica e cura del corpo

L'evoluzione del settore nel futuro (tra offline e online)

La ricerca ha analizzato anche le potenziali interazioni future tra contesto fisico e digitale. È emerso l'interesse di poter usufruire di servizi sempre più omnicanale, dove fisico e digitale devono interagire per supportare ancora più puntualmente le necessità dei consumatori. La maggioranza degli acquirenti online di H&P (53,9%) accoglierebbe con favore l'offerta di un servizio di consegna a domicilio, oltre che la possibilità di prenotare il prodotto online e poi ritirarlo in un secondo momento presso un negozio (43,8%) o in un locker (37,7%), leggermente preferita (anche se di poco) alla possibilità di prenotare per telefono (telefonata, sms, whatsapp, 36,8%).

Guardando alle prospettive future infine, l'idea di negozi completamente automatizzati (dove tutte le fasi del processo di acquisto avvengono tramite display, senza interazione con il personale del punto vendita) è considerata interessante da 1 acquirente online di H&P su 3 e da 1 consumatore offline su 4.

cod 70986

SOFITEL ROMA VILLA BORGHESE LA SICUREZZA PRIMA DI TUTTO

di *Alberto Lupini*

Con la pandemia da coronavirus, il settore dell'hotellerie, in ginocchio per un turismo messo sempre più alle corde, è in grande difficoltà. Scelte difficili (ma coraggiose) erano toccate anche a Sofitel Roma Villa Borghese, hotel 5 stelle che aveva deciso di restare aperto durante la stagione estiva. La situazione in queste settimane è in evoluzione. La testimonianza del Sofitel Hotel Villa Borghese, 71 camere e 7 ampie suite dal design contemporaneo, seppure raccolta prima degli ultimi più restrittivi Dpcm dà comunque l'idea di come si possa reagire. «Abbiamo riaperto il 6 luglio dopo un periodo di chiusura iniziato da marzo. Il bilancio dei mesi di luglio e agosto è stato senz'altro positivo», ci aveva spiegato il direttore **Edoardo Giuntoli**. «Abbiamo fatto un mese di agosto decisamente migliore rispetto al mese di luglio, c'è stato un aumento delle presenze».

Settembre e ottobre sono trascorsi, attraversando un periodo comunque difficile: «Si tratta di mesi in cui per Roma è altissima stagione. Negli anni precedenti alla pandemia si è toccato il 90% dei tassi di occupazione. Naturalmente anche altre strutture hanno riaperto in quel periodo». Ora però è necessario nuovamente confrontarsi con un aumento di contagi e con ulteriori limitazioni negli spostamenti e nella vita quotidiana di cittadini e turisti.

Il personale

Anche nei mesi con maggiori presenze in struttura, «il personale è stato messo in cassa integrazione, i nostri dipendenti venivano a lavorare parzialmente, solo quando l'occupazione richiedeva la loro presenza. Abbiamo sempre cercato di garantire delle turnazioni, in modo che tutti potessero lavorare».

La clientela

A cambiare non è stato solo il tasso di occupazione, ma anche la tipologia di clientela. Nei periodi di "normalità" infatti il Sofitel Roma Villa Borghese era frequentato per la maggior parte da americani, francesi, turisti stranieri in generale. Il Covid-19, tuttavia, ha messo in ginocchio il turismo dall'estero, specialmente passando dall'estate all'inizio dell'autunno, lasciando così a strutture internazionali come il Sofitel di Roma, per la maggior parte, la possibilità di accogliere soprattutto una piccola fetta di mercato italiano. Un esempio: «Il mercato francese su luglio e agosto è stato molto presente, ma a partire da settembre ha subito una flessione notevole». Sempre più attenzione, quindi, al mercato italiano, «composto principalmente da turisti che vengono da noi per trascorrere un weekend in città o da uomini d'affari. Abbiamo insistito proprio su questi due segmenti, per poter incentivare le loro presenze, sfruttando gli ampi spazi che la struttura ha messo a disposizione».

Tra questi spazi c'è il Settimo Ristorante: al 7° piano dell'albergo, il rooftop lounge and restaurant offre una vista invidiabile sulla Città Eterna: «Location ideale che garantisce il distanziamento e mette il cliente in una condizione di tranquillità e sicurezza».

Sicurezza e comfort

Tranquillità e sicurezza non solo al ristorante, ma in tutta la struttura: «Abbiamo dovuto mettere in piedi un certo numero di procedure. Formare il personale su cosa sia il Covid-19 e come prevenirlo. Abbiamo cambiato tutte le nostre procedure di sanificazione delle camere, lasciandole in "stand-by" anche per un certo numero di giorni dopo il check-out dell'ospite. Qualsiasi cosa poi venga consegnata all'ospite, da una semplice penna alle chiavi della camera, viene pensata ad uso unico, poi subito igienizzata». Per fare questo c'è stata una grande collaborazione con i fornitori: «Ci siamo fatti dare numerose schede tecniche, abbiamo rivisto il sistema di igienizzazione e sanificazione di ogni cosa, dalla biancheria al lavaggio delle uniformi, dall'acquisto dei prodotti per la cucina fino alla più generale ricezione di merci. È cambiato il modo di lavorare».

A dimostrare l'impegno concreto messo in atto dalla struttura, il nuovo label AllSafe di Accor, che «certifica il rispetto delle procedure di prevenzione anti-covid». AllSafe rappresenta i nuovi elevati protocolli e standard di pulizia di Sofitel Roma Villa Borghese e fornisce ai clienti la garanzia che questi standard sono stati rispettati.

Nonostante questi "plus", le tariffe non sono aumentate. Le condizioni di oggi sono nuovamente difficoltose per il settore turistico, ma Sofitel Roma Villa Borghese ha già dimostrato l'attenzione che pone a queste complicazioni generali, mettendoci il giusto impegno per far sì che i suoi clienti possano sentirsi al sicuro come a casa. cod 70813

Sofitel Roma Villa Borghese
via Lombardia 47 - 00187 Roma
Tel 06 478021
www.sofitel.com

CIRO & SONS

UNA CUCINA SOCIALE «L'OBIETTIVO È ESSERE UTILI AGLI ALTRI»

I fratelli Urbano, da Napoli a Firenze. I primi a puntare sul senza glutine e senza lattosio. Formano chi è senza esperienza e oggi tengono aperto per chi ha bisogno di normalità

I LOCALI DEL CUORE CIRIO 1856 *Alta Cucina*

di ***Gabriele Ancona***

Da 70 anni la famiglia Urbano applica in concreto la filosofia del dare, che nel mondo dell'ospitalità significa accogliere e offrire il proprio patrimonio umano e professionale alla massima potenza. I fratelli Salvatore, Giuseppe, Ezio e Antonio da inizio millennio hanno trasferito l'azienda di famiglia e la sua tradizione tramandata dai bisnonni da Napoli a Firenze. E qui si sono fatti subito notare, non solo per la cultura alimentare partenopea, ma per essere stati i primi ad aver intrapreso un percorso sul senza glutine e senza lattosio.

Il loro ristorante pizzeria sfoggia un'insegna hollywoodiana - Ciro & Sons - e allo stesso tempo lavora sotto traccia a livello sociale. «La nostra linea di cucina - spiega **Salvatore Urbano** - la definisco "comunitaria", nel senso che il nostro scopo è formare una comunità all'interno della nostra realtà. Donare è il nostro sapere. Qui si impara da zero. Aiutiamo le persone a diventare professionisti. L'obiettivo è essere utili agli altri. Essere gelosi della propria esperienza è non ha senso».

Il risultato è una squadra coesa e un locale che in assenza di pandemia e orari bloccati correva. «Troppo facile chiudere oggi e mandare a casa tutti - sottolinea Salvatore - c'è sempre da dare, anche un'immagine sociale. Siamo sempre stati abituati ad avere la sala piena, ma restiamo aperti comunque per le poche persone che hanno bisogno di normalità. Le insegne illuminate sono un segno di vitalità. Anche per noi. Aprire, lavorare, ragionare significa non mollare. Mai». Con il tutto esaurito o con pochi coperti dalla mattina alle 18, la carta rappresenta un mix gastronomico tra Campania e Toscana. Zuppe, paste di terra e di mare, carne e pescato. E poi le pizze, napoletana e di ricerca. Per la cronaca, Ciro & Sons in questo periodo non ha intrapreso la strada dell'asporto e della consegna a domicilio. «Non abbiamo mai optato per questi servizi - precisa Salvatore - e non ci sembrava il caso di improvvisarci. Se le cose si fanno, vanno fatte per bene».

Una serietà che si riverbera a maggior ragione sulle materie prime. Da napoletani veraci, il pomodoro deve essere una garanzia. «Per il ragù napoletano e bolognese, la salse madri, come per le pizze, utilizziamo Cuor di Pelato di Cirio Alta Cucina. Una polpa densa e cremosa ottenuta da pomodoro lungo, con tutto il sapore fresco e dolce tipico del vero pelato italiano. In questo periodo, poi, la confezione bag-in-box con le buste da 5 chili si rivela ultra sicura a livello di manipolazione». Un prodotto importante per corposità, resa, gusto intenso e condibilità, che si esalta con la pizza. «Le più apprezzate dalla clientela? Margherita e Napoli». Manco a dirlo. cod 70967

Ciro & Sons
via del Giglio 28/R - 50123 Firenze
Tel 055 289694
www.cirioaltacucina.it

MILANO DA GUSTARE CON IL PALATO E CON GLI OCCHI

Locali molto diversi tra loro, ognuno con una forte identità e un concept ben preciso. Si parte da Caveau di Tradizioni in Corso Sempione, con il suo design ricercato ispirato alla tradizione; si prosegue con ODSweet Hotel in Piazza Duomo, con i suoi colori avvolgenti; e si arriva fino a Frades, un assaggio di Sardegna nel cuore di Milano

Caveau di Tradizioni

Calcio e cucina, le due passioni italiane per eccellenza, oggi si incontrano nel cuore del Sempione district, unendo il proprio retaggio in Caveau di Tradizioni. Questa la nuova meta del gusto inaugurata nella città meneghina dal calciatore Danilo D'Ambrosio con la collaborazione dello chef Felice Lo Basso. Situato negli spazi che un tempo ospitavano una banca, Caveau si caratterizza per l'atmosfera raffinata, nata dalla fusione di elementi del passato e contemporanei. Il design reinterpreta e si intreccia con le tradizioni e l'artigianato: ferro, legno, velluto, colori caldi, luci soffuse... Tutto sapientemente miscelato da Costa Group, che ne ha curato l'allestimento. La proposta culinaria celebra la convivialità tipicamente italiana, con un occhio di riguardo ai sapori del Sud, reinterpretati dall'estro dello chef.

www.caveauditradizioni.it

ODSweet Hotel

Una scommessa ambiziosa, una storia originale, come un libro da leggere tutto d'un fiato. Il "Re dei dolci" ODS ha trovato nella splendida cornice di Piazza Duomo la possibilità di avverare la sua visione, con l'apertura del primo ODSweet Hotel: un 4 stelle superior davvero unico nel suo genere, immaginato e realizzato per sorprendere, ammaliare, suscitare emozioni giocose e vibranti. Il design è contraddistinto da due colori principali, che si divertono a rincorrersi lungo tutto il percorso dell'ospite: il rosa, richiamo ai deliziosi marshmallow, e il marrone, come il cioccolato. Costa Group partecipa con orgoglio ed entusiasmo a questo progetto di hotellerie contemporanea, frutto di una grande ricerca creativa, di elementi di design, stravagante eleganza e dettagli creati su misura.

www.odsweethotel.com

Frades Milano

Nel cuore del capoluogo lombardo, un ristorante sardo lontano da ogni cliché folkloristico. Frades (fratelli) rappresenta il valore della famiglia, il coronamento del sogno dei fratelli Fabio, Roberto e Valerio Paddeu di raccontare la loro Isola al di là dei luoghi comuni, in chiave contemporanea. A partire dalla Bottega, nella Promenade du Port a Porto Cervo (Ss), fino all'esclusiva Terrazza Frades ad Abbiadori (Ss), per arrivare in via Mazzini a Milano. La location è ispirata alle architetture dell'isola ed è pensata per accogliere i suoi ospiti in ogni momento della giornata. Muri grezzi, arredi in ferro, juta, corda, grandi arazzi ricamati a mano... La Sala dei Murales è l'esempio chiave dello stile che l'architetto Andrea Langhi ha impresso agli ambienti, arredati sapientemente da Costa Group. cod 70942

www.frades.eu

B5

MEDAGLIA D'ORO
CATEGORIA 4A
MUNICH HELLES
(PALE MALTY EUROPEAN LAGER)
BARCELONA BEER CHALLENGE 2020

RED&GO

MEDAGLIA D'ORO
CATEGORIA 15A
IRISH RED ALE
(IRISH BEER)
BARCELONA BEER CHALLENGE 2020

MEDAGLIA D'ARGENTO
CATEGORIA 3.2 RED ALE
(IRISH RED ALE)
BRUSSELS BEER CHALLENGE 2019

AMBRANERA

BIRRA IMPERDIBILE
SEGNALATA IN GUIDA ALLE BIRRE D'ITALIA 2021 SLOW FOOD

MEDAGLIA D'ORO
CATEGORIA 5.4
STOUT/PORTER
(OATMEAL STOUT)
BRUSSELS BEER CHALLENGE 2019

MEDAGLIA DI BRONZO
CATEGORIA 41 (STOUT)
EUROPEAN BEER STAR 2019

2A CLASSIFICATA
CATEGORIA 19 (STOUT)
ASSOCIAZIONE UNIONBIRRAI
BIRRA DELL'ANNO 2018

PILS²

CERTIFICATO D'ECCELLENZA
CATEGORIA 4.3 LAGER
(GERMAN-STYLE PILSNER)
BRUSSELS BEER CHALLENGE 2019

3A CLASSIFICATA
CATEGORIA 1
(GERMAN AND BOHEMIAN PILSNER)
ASSOCIAZIONE UNIONBIRRAI
BIRRA DELL'ANNO 2019

SIDE B

MEDAGLIA D'ARGENTO
CATEGORIA 29
(BELGIAN WHEAT BEER)
EUROPEAN BEER STAR 2018

LE BIRRE DI OTUS VINCONO MEDAGLIE IN ITALIA E NEL MONDO

Abbiamo sottoposto le nostre birre alla valutazione di giurie importanti. I successi ci stimolano a proseguire nella creazione di prodotti che uniscano carattere artigianale e capacità di soddisfare il gusto di un pubblico ampio.

BIRRIFICIO OTUS Via Rumi, 7 24068 Seriate (Bergamo) Italia - birrificiootus.com

MILANO EAT&DRINK

ORECCHIETTE À PORTER, STREET FOOD DAL SAPORE PUGLIESE

di ***Gabriele Ancona***

In Largo la Foppa, dove parte la rambla meneghina che da corso Garibaldi prosegue in corso Como, è operativo Orecchiette à Porter. Qui (quando le restrizioni anti covid permetteranno di riaprire) si punta sull'esterno con dieci tavolini. Dentro si può scegliere la consumazione e pagare alla cassa automatica di ultima generazione. Street food allo stato puro, con tanto di finestra per le ordinazioni al volo. Si può effettuare la comanda dall'esterno anche in modalità di web ordering. Niente servizio ai tavoli. Ordine e ritiro immediati, sia come consumo ai tavolini esterni sia come take away, e delivery a razzo.

Le orecchiette vengono proposte in diverse varianti, servite in una cup da asporto monoporzione. Sono condite con un'ampia scelta di sughi delle ricette tipiche della Puglia. Salse a base di pomodoro fresco, cime di rapa, ceci, melanzane, ciceri e tria, ma anche carne e pesce, in base ai condimenti che vengono alternati nell'arco del tempo. La "ricetta del mese" è una sorpresa periodica. La tradizione pugliese impone anche la presenza in carta di una selezione di "pucce", panini farciti con pomodori "scattarisciati" (scoppiati), con le melanzane o con la caponata di peperoni. Puccia piatto unico, personalizzabile con la stracciatella pugliese, le pepite di pollo alla cacciatora o le polpette fritte di manzo. cod 70516

Orecchiette à Porter
Largo La Foppa 2 - 20121 Milano
Tel 02 39624112
www.orecchiette.eu

ROMA EAT&DRINK

BUCAVINO, LA CUCINA DELLA MEMORIA

di ***Mariella Morosi***

Difficile di questi tempi parlare di un luogo del gusto come BucaVino, quando tutte le storie sembrano svanire di fronte all'emergenza. Come per gli altri protagonisti della ristorazione, anche per Francesca Romana e Andrea Palmieri gli ultimi mesi hanno messo in discussione tutto e non si sottovaluta l'ipotesi di un futuro legato all'alternarsi di decreti. Ma divieti e blocchi, anche parziali, c'è da giurarci, non interromperanno la passione di questi due affiatatissimi fratelli che continuano a credere nella loro scelta. Così, intanto, il locale si propone anche in versione "Ristocceria", aprendo all'abitudine dei romani di acquistare cibo pronto e consumarlo a casa.

Tutto cominciò anni fa con il recupero di un ricettario dei nonni che cambiò la loro vita: uno doveva diventare medico e l'altra regista di cinema. A determinare la svolta - e senza esitazioni - sono stati eventi in qualche modo collegati, come i riti mai dimenticati della tavola quotidiana con i nonni, la passione per il buon cibo che sa raccontarsi nel piatto e un locale di un amico che improvvisamente si libera.

Oggi la proposta di BucaVino è rassicurante, con gli antichi sapori di famiglia, ma nello stesso tempo intrigante perché - se la cucina è un percorso in divenire - non sono mancate allo chef intuizioni che hanno coinvolto piatti di tradizione come la mitica Carbonara. È la stagione a fare il menu e in autunno i sapori emergenti sono funghi, zucca e castagne. Inamovibili dal menu alcuni piatti della memoria, come le Polpette al sugo, il Maialino arrosto, il Petto di vitello alla fornara con le immancabili patate al forno e l'Abbacchio con i carciofi. cod 70998

BucaVino
via Po 45/A - 00198 Roma
Tel 06 8412803
www.bucavino.com

giannitessari
LESSINI DURELLO,
VULCANICO DI CARATTERE
giannitessari
60
MESI
giannitessari
LESSINI DURELLO
www.giannitessari.wine
Studio Cru - ph: Alvise Barsanti

PALERMO EAT&DRINK

RISTORANTE QUATTRO MANI GUSTO SICILIANO NON TRADIZIONALE

di ***Gianni Paternò***

Chiara Marino ha appeso al chiodo una laurea in legge e si è dedicata alla sua passione: la ristorazione. Ha avuto la fortuna di venire da una famiglia borghese che le acquista i bei locali nel settecentesco palazzo Sambuca, e di conoscere, mentre si faceva le ossa in cucina, il marito Alberto Lo Giudice. Così nel 2017 nasce Quattro Mani, il cui nome dice tutto, in una via del centro storico tranquilla anche se a pochi metri dalle piazze della movida palermitana. Il locale è ampio, diviso in sale, e con un quasi privè a balconata, arredamento sui toni chiari e tanti quadri alle pareti, molti dipinti dal padre.

La mission dei Lo Giudice inizia con l'ecologia e la sostenibilità, dai tovagliati fino a luce e gas, provenienti da fonti rinnovabili. A noi interessa più il cibo: solo prodotti siciliani tranne il pepe e il Parmigiano - spesso sostituito dal pecorino. Tutto bio, ricercato: si vantano di avere istituito un rapporto di amicizia con la maggior parte dei produttori. Tanto pesce, per una cucina che parte da una concezione casalinga, ma non proprio all'antica, un territorio insomma non estremizzato. Cotture che rispettano i sapori e i profumi, niente tecniche moderne, anche vini e birre solo siciliani.

Il menu cambia giornalmente secondo il mercato e l'estro degli chef; non ci

sono piatti sempre in carta, per cui non ve ne consigliamo, se non il particolare couscous quando c'è; fatevi guidare dal vostro gusto e dai consigli del gentile e preparato personale in sala. Anche il conto è una lieta sorpresa. In periodo Covid-19, c'è grande attenzione al rispetto delle limitazioni. cod 71088

Ristorante Quattro Mani
via Francesco Riso 3 - 90133 Palermo
Tel 091 6165046
ristorantequattromani.com

UN RISTORANTE DALLE MILLE ANIME SULLA COLLINA DI ASTI

di ***Piera Genta***

All'interno di un cascinale sulla collina di Asti, in frazione Quarto superiore, da meno di un anno ha aperto Ristorante Le Follie, che esce dagli schemi della semplice ruralità dell'ambiente che lo circonda. Se il luogo è ideale per famiglie con bambini al seguito, che possono avvicinarsi agli animali da cortile e godere di una piacevole piscina immersa nel verde nella giusta stazione, il ristorante apparentemente rustico "vizia" l'ospite con esperienze sensoriali che nascono dall'incontro delle tradizioni culinarie dei vari componenti della brigata.

L'executive chef, Massimiliano Falcini, ha portato in questa nuova realtà la toscanità e la sua esperienza ultradecennale; il secondo chef, Paola, è ligure, mentre Stella è la giovane pasticcera piemontese. L'idea alla base della cucina parte dai prodotti della terra che vengono coltivati da Federico nell'orto aziendale per mettere a diposizione tutto quello che stagionalmente è possibile trovare. Le materie prime vengono selezionate dallo chef, privilegiando prodotti provenienti dal territorio toscano.

In questo periodo il ristorante è momentaneamente chiuso per l'emergenza Covid, la cena viene servita solo agli ospiti dell'agriturismo. È disponibile un menu da asporto con due invitanti proposte; lo chef rimane a disposizione per effettuare consulenza in videochiamata su come servire i piatti. La carta dei vini è coerente con le proposte della cucina, protagoniste le etichette piemontesi. Occorre prenotare e chiedere informazioni per raggiungere il luogo, poco segnalato. cod 71085

Ristorante Le Follie - Tenuta Antico Monastero
frazione Quarto Superiore 87 - 14100 Asti
Tel 339 4905465
www.tenutaanticomonastero.it

NAPOLI EAT&DRINK

DA "IERI, OGGI, DOMANI" LA NOBILE GENUINITÀ NAPOLETANA

di ***Vincenzo D'Antonio***

"Napoli Ferrovia", scritto dal grande narratore napoletano Ermanno Rea. Se ne consiglia la lettura, soprattutto se si vuole provare a capire questa città. E siamo, per dirla ancora con Rea, in zona Ferrovia. La stazione vicinissima, poco distante il Centro direzionale di Napoli, così recente e già nel melanconico assetto di chi sa di aver vissuto tempi migliori. Siamo nel dedalo di vie (non vicoli) del quartiere Vasto: un laborioso brulicare diurno di mille attività.

Per decenni, qui, ha tracciato la storia della ristorazione di quartiere il celebre locale "La Fila" della mitica signora Elvira. Era ieri. Oggi, arredato con raffinatezza puntando sui temi del grande cinema italiano anni '60 e sui ricordi legati ai grandi studi della Titanus e di Cinecittà, la trattoria-pizzeria "Ieri, Oggi, Domani" si avvia decisa verso un'ulteriore crescita basata su qualità e accoglienza, nonostante le attuali limitazioni imposte dall'emergenza sanitaria in atto.

Servizio professionale e garbato, al governo Pasquale Casillo, dalla famiglia coadiuvato. Aperto da quattro anni, è sempre affollato, sia a pranzo che a cena. In cucina lo chef Antonio Castellano. Al forno a legna, ad esitare ottime pizze, il pizzaiolo Gianni Ostetrico. E con una sontuosa mozzarella in tempura, sorta di antipasto che in talune circostanze potrebbe anche fungere da piatto unico, si comincia. Per poi proseguire con la pizza "La Fila", omaggio al pregresso locale. Impasto ben fatto, topping pregevole, è pizza memorabile.

Meditati assaggi di due primi. Paccheri con pesce spada e mentuccia (esecuzione impeccabile), a seguire Spaghetti alla "puveriello". Si prosegue con un'ottima preparazione di salsicce di Castelpoto e friarielli in cialda di Parmigiano. Fatta in casa dalla signora Paola, moglie di Pasquale, arriva la deliziosa pastiera. cod 71190

Ieri, Oggi, Domani
via Nazionale 6 - 80143 Napoli
Tel 081 206717
www.ierioggiedomani.it

AGRIGUSTA

A TAVOLA ALL'AGRITURISMO CHIUSULELLE CON VISTA SULLA COSTIERA AMALFITANA

di ***Alessandro Maurilli***

Non lontano dalla Costiera amalfitana, sorge l'Agriturismo Chiusulelle, una piccola struttura da dove poter godere di un panorama mozzafiato.

L'antico casolare in pietra tipica cilentana è stato interamente restaurato e oggi offre alloggio in camere dotate di tutti i comfort, tutte con terrazzo o patio da cui godere di un panorama senza eguali, che abbraccia in una volta mare, montagna e pianura. Qui si potranno trovare i prodotti del territorio esaltati in cucina. Una scelta che guarda al territorio e spazia fra tanti prodotti di vera eccellenza: pasta fatta in casa, ragù cilentano, carni, prodotti caseari, mozzarella di bufala e tanti altri.

La sala principale accoglie fino a 50 coperti ed è arredata in stile classico, con pietra viva cilentana, camino a legna e la tipica accoglienza calorosa e familiare. D'estate si potrà invece godere della vista sulla costiera dal giardino. Si può scegliere un menu degustazione (su prenotazione) oppure ordinare alla carta.

cod 71199

Agriturismo Chiusulelle
via Molaro - 84061 Ogliastro Cilento (Sa) - Tel 0974 833211
www.agriturismochiusulelle.com

PERCORSO ENERGETICO IN ALTA QUOTA AL LEFAY RESORT & SPA DOLOMITI

di ***Leonardo Felician***

In posizione super panoramica sul fianco di una collina a pochi passi dagli impianti di risalita e dal centro di Pinzolo (Tn), il principale paese della Val Rendena in Trentino, si trova il nuovo Lefay Resort & Spa Dolomiti, lussuoso cinque stelle da 88 suite e 22 appartamenti, subito scoperto da una clientela italiana e straniera attenta ai valori dell'ecosostenibilità, della gastronomia gourmet e del wellness.

L'area ad esso destinata si articola, infatti, su tre piani ed è un universo di elementi in spazi diversi: nella piscina sportiva interna rivestita in tonalite l'acqua crea brillanti riflessi grazie ai colori del granito chiaro, mentre la piscina interna ed esterna si fonde con il paesaggio. L'area acquatica si completa con un grande idromassaggio che ricorda terme antiche, che è il centro del percorso energetico Lefay Spa Method diviso in quattro aree evocative: Drago verde, Fenice rossa, Tigre bianca e Tartaruga nera. La dimensione minerale, infine, si ritrova nel lago salino e nella grotta di sale. Tutti i trattamenti sono personalizzati a seconda dello stato energetico dell'ospite.

La linea cosmetica "Tra suoni e colori" è stata creata secondo i principi della nutricosmetica, senza coloranti, conservanti, né parabeni, con formulazioni ricche dei colori della natura. Le fondamenta ispiratrici della cosmesi si basano su energia, naturalità, micronutrizione e riequilibrio. cod 70809

Lefay Resort & Spa Dolomiti
via Alpe di Grual 16 - 38086 Pinzolo (Tn)
Tel 0465 768800
dolomiti.lefayresorts.com

GAMBERO PAZZO A RICCIONE LA ROMAGNA VERACE ON THE BEACH

di ***Giuseppe De Biasi***

Semplicità e passione. Questo potrebbe essere il distico che racchiude la cifra stilistica della cucina di Raffaella e Serafino, patron del Gambero Pazzo di Riccione (Rn). Un luogo ideale per una puntata gastronomica sulla riviera romagnola.

Nato una decina di anni fa come chiosco estivo il locale si è trasformato in un piccolo ristorante a gestione familiare dedicato alla verace cucina romagnola.

La filosofia che guida Raffaella, indiscussa protagonista in cucina, è quella di valorizzare il pescato locale proponendo classici come gli Spaghetti alle vongole (rigorosamente dell'Adriatico) o i Sardoncini alla brace, un autentico must, serviti direttamente in gratella, cotti e impanati alla perfezione. Non mancano piatti più ricercati che trovano il loro compendio nelle proposte di antipasti che spesso sperimentano l'accostamento pesce/frutta come Coda di rospo gratinata con cipolla di Tropea caramellata oppure Salmone, avocado e caprino, ma anche spunti coraggiosi come gli Gnocchetti triglie e liquirizia.

Serafino in sala è attento e gentile, sempre pronto alla chiacchiera e a illustrare le sortire culinarie della consorte, che si esprime con garbo anche nei dessert. Carta dei vini essenziale ma con referenze non banali soprattutto bianchi e bollicine proposte con ricarichi onesti.

In sintesi, un locale non impomatato dove rilassarsi e godersi la sincera tradizione marinara di Romagna. Conto sui 30 euro (vini esclusi). cod 70803

Gambero Pazzo
Via Torino 87 (bagno 3-4) - 47838
Riccione (Rn) - Tel 333 8356018
www.gamberopazzoriccione.it

di *Claudio Riolo*

CUCINA SICILIANA, STAGIONALE E RIVISITATA

I due ristoranti di questo mese appartengono a territori diversi, tra mare e città, tra rapporto di familiarità e incontro tra professionisti. Hanno però in comune eleganza e semplicità, metodi di cucina basati sul bagaglio tecnico dei cuochi. Che sia cruda, che sia cotta, la cucina si ottiene da alimenti di stagione. Cotture moderne, sapienza di coltello e piacevoli composizioni. La scoperta della differenza nel piatto, la qualità e la freschezza degli alimenti conciliano il massimo piacere al palato con il rispetto della salute, come suggeriva Gualtiero Marchesi.

LUCI E CALICI A PALERMO STAGIONALITÀ E TERRITORIO

Ristorante, wine bar e "slow pizza", moderno e curato, nel quartiere residenziale attorno a Villa Trabia. L'ambiente è accogliente, si respira cultura e serietà. Due sale a vista, teak e sedie artistiche, atmosfera un po' orientale con lanterne, originali applique e tendaggi. Si può pranzare anche al vistoso banco, all'aperto o casa propria con consegna rapida.

Menu e piatti stagionali e siciliani modernizzati con spunti dalle altre regioni e dal mondo. Piatti ricchi, ben presentati, con genuine specialità di campagna, di cui il pinzimonio è fresco ambasciatore. Oltre ai fuori menu, si può scegliere tra una decina di antipasti, primi di pasta fresca, secondi di carne e pesce (tanto fresco da chiamarlo oggi nella rete). Da non sottovalutare la pizza con lievito madre, 72 ore di lievitazione, farcitura stagionale. Notevole carta dei vini quasi tutti anche al bicchiere.

In cucina il giovane cuoco Massimo (Massimiliano) Gagliano, che ha fatto esperienze in Svizzera e nel nord Italia.

cod 71093

Luci e Calici
via Sammartino 121 - 90141 Palermo
Tel 091 7542967 - **www.ristoranteluciecalici.com**

L'ANGOLO DI MANUELIANA CUCINA SICILIANA, TOCCO BERGAMASCO

Manuel Lenzi, bergamasco, ed Eliana Giambrone, siciliana, hanno romanticamente fuso i loro nomi: così, nel 2004, nasce a Santo Stefano di Camastra (Me) il ristorante della famiglia Lenzi, L'Angolo di Manueliana. Si unirono il padre di lui, cuoco di rango, e la mamma di lei, cuoca di casa. 12 tavoli, tutto semplice ed elegante; una sala ha pareti oro e marrone, menta e cioccolata l'altra. Raccolto banco bar, arco artistico per le bottiglie, quadri, una foto anni '50 racconta la baia d'un tempo. Cibi delicati e gentilezza trattengono l'ospite.

Il menu inizia con piatto unico, composizione di pesci e crostacei che cambiano a seconda del pescato, per lo più locale; si accompagna con frutta di stagione. Quindi sei primi di carne e pesce. Tra i secondi: Filetto al vino rosso con funghi porcini; Tagliata, rucola e parmigiano; Hamburger di manzo e Vitello tonnato cotti a bassa temperatura per 10 ore, sottovuoto, e la carne rimane rosata al centro. Vini quasi tutti siciliani, tra cui Abbazia di Sant'Anastasia e Cristo di Campobello. cod 71094

L'Angolo di Manueliana
via Marina 15 - 98077 Santo Stefano di Camastra (Me)
Tel 0921 339932 - **info@manueliana.it**

A BOLOGNAFIERE UN GRANDE EVENTO PER I PROFESSIONISTI DEL VINO

GENNAIO

Dal 18 al 19

Biennale internazionale del vino e Biennale internazionale del vino Bio: prima edizione in programma il 18 e 19 gennaio 2021. Esposizione professionale del vino e dei distillati di qualità con oltre 100 buyer esteri

"Biennale internazionale del vino e Biennale internazionale del vino Bio - B2B Wine" è il primo grande evento B2B dell'anno dedicato al vino, interamente e rigorosamente rivolto agli operatori del settore. Esposizione professionale del vino e dei distillati, avrà la sua prima edizione il 18 e 19 gennaio 2021 a BolognaFiere. Si tratterà di uno spazio espositivo completamente riservato alle aziende vinicole nella sede ideale per fare conoscere e pubblicizzare i loro prodotti ai buyer internazionali e nazionali.

Una nuova fiera che ha come obiettivo di riunire produttori, operatori, buyer e opinion leader nel corso di due intense giornate di incontri, degustazioni, confronti e approfondimenti, finalizzati alla ricerca di nuove opportunità commerciali, all'avvio di innovative e fruttuose relazioni d'affari, in un ambiente appropriato, ad alta professionalità ed esclusivamente mirato al business to business.

La manifestazione verrà realizzata in ogni caso perché ha un'importante sezione digital sviluppata su una piattaforma che consente tutte le funzionalità della fiera tradizionale.

I buyer incontrano il vino

Un approccio diverso: il punto di partenza sono i buyer che saranno invitati dall'Italia e dai più grandi Paesi importatori. Alla "Biennale internazionale del vino e Biennale internazionale del vino Bio - B2B Wine" saranno presenti oltre 100 buyer esteri provenienti dai mercati più ricettivi. Sarà un'occasione unica per i consorzi e le cantine per ampliare il loro business ed esplorare nuove opportunità.

Queste le nazioni di provenienza dei buyer che hanno aderito al progetto:

- **Emirati Arabi Uniti**
- **Hong Kong**
- **Giappone**
- **Cina**
- **Korea del Sud**
- **Stati Uniti d'America**
- **Canada**
- **Serbia**
- **Russia**
- **Danimarca**
- **Germania**
- **Austria**
- **Francia**
- **Belgio**
- **Paesi Bassi**
- **Spagna**
- **Romania**
- **Brasile**

Come nasce il progetto

Biennale internazionale del vino e Biennale internazionale del vino Bio sono due eventi nati dalla collaborazione tra vari soggetti: esperti del settore, esperti di organizzazione fieristica, esperti conoscitori di buyer internazionali e BolognaFiere. È quindi una mostra che può contare sull'esperienza e il know-how necessari per garantire la piena realizzazione di tutte le potenzialità che gli espositori si attendono da una manifestazione di questa portata.

Biennale internazionale del vino e Biennale internazionale del vino Bio non nascono in competizione con le altre manifestazioni esistenti ma per mettere i produttori di vino in contatto con i buyer in due intense giornate dedicate solo ed esclusivamente ai professionisti del settore. Ai saloni non è ammesso il pubblico, ancorché appassionato e competente, ma solo gli addetti ai lavori del comparto vino. Questa premessa, chiara e inequivocabile, garantirà ai partecipanti di potersi concentrare in incontri (prefissati e non) operativi e orientati esclusivamente al business. cod 71508

Per informazioni:

www.biennaledelvino.com

DIECI CONSIGLI A BAR E RISTORANTI PER MIGLIORARE LA PRESENZA DIGITAL

Inutile ripeterlo, siamo in piena emergenza sanitaria e il settore dell'Horeca ne sta risentendo in maniera importante. Paura, lockdown e regole ferree da rispettare rendono il quotidiano una vera battaglia per proteggere i propri clienti e, al tempo stesso, evitare la chiusura della propria attività.

Il lockdown dei mesi scorsi ci ha insegnato che l'unione fa la forza e che, soprattutto da lontani, il mondo digitale può rivelarsi davvero utile e funzionale. Oggi non siamo più obbligati a restare nelle nostre abitazioni, siamo liberi di uscire e frequentare i locali con la giusta responsabilità e il rispetto delle regole. Per questo clienti e professionisti devono lavorare in sinergia per mantenere i locali sicuri, controllati e funzionali.

La presenza digital di un locale, ad oggi, è da considerare obbligatoria. L'utente, smartphone alla mano, vuole sapere più informazioni possibili prima di frequentare un determinato posto, oggi più che mai. Per questo è basilare costruire attraverso siti web e profili su social network una sorta di "vetrina in aggiornamento" della propria attività. La presenza digital, quindi, per essere vincente non deve essere statica ma in movimento, deve plasmarsi alla situazione attuale e capire il cliente e le sue esigenze per essere uno strumento utile.

Di seguito 10 consigli per migliorare la presenza online e sfruttarla, soprattutto durante questa emergenza sanitaria:

1. CHIAREZZA. Orari di apertura e di chiusura, giorno di riposo e qualsiasi informazione di servizio devono essere ben indicati su sito e sui social. Sembra banale ma non lo è, la chiarezza è sinonimo di serietà e un orario di apertura non aggiornato può far desistere un potenziale cliente.

2. SICUREZZA. Informare i propri clienti sulle norme di sicurezza in essere è un dovere, mostrare il distanziamento tra i tavoli, fare vedere che

tutto il personale indossa sempre la mascherina e rassicurare sulle norme igieniche del locale.

3. ASPORTO E DELIVERY. Dare la possibilità ai propri clienti di poter ricevere i piatti o i prodotti direttamente a casa è un modo per dimostrarsi disponibili e per aumentare le vendite. Il consiglio è quello di affiliarsi a un sito di food delivery. Se questo non è possibile, si può provare a rendere disponibile la possibilità di ordinare telefonicamente con ritiro direttamente fuori dal locale.

4. FARE BELLE FOTO. Le persone in questo periodo si spostano e frequentano i locali solo se hanno un buon motivo. Occorre investire nella realizzazione di fotografie che siano invitanti e che stimolino l'acquolina in bocca: inquadrature macro dei piatti e dettagli golosi faranno il resto.

5. MENU. Il menu non deve essere visionabile solo all'interno del locale. Importante è pubblicarlo sul sito e sui social e mostrare i piatti, dategli un nome e una personalità per invogliare il potenziale cliente.

6. RECENSIONI. Invitare con cortesia i clienti, sia gli storici che i nuovi, a lasciare una recensione sulla loro esperienza nel vostro locale, soprattutto dal punto di vista di igiene e sicurezza.

7. STORIES. Usare lo strumento delle stories è utile per mostrare il lato umano di un locale. Metteteci la faccia (con la mascherina mi raccomando!) e raccontate le novità del giorno, come una sorta di diario di viaggio. In questo modo incuriosirete gli utenti e creerete un rapporto di fidelizzazione con loro.

8. INFLUENCER MARKETING. Invitare degli influencer nel vostro locale (o ad utilizzare il food delivery) è un ottimo modo per farsi pubblicità, loro racconteranno la loro esperienza ai loro followers creando un potente passaparola. Non dimenticate di chiedergli di taggare il vostro locale!

9. CREATIVITÀ. Provate a pensare ad un progetto unico ed originale che possa essere promosso sui social. Un esempio? Una box colazione brandizzata con cappuccino take away, una selezione di croissant e un biglietto divertente da proporre come idea regalo.

10. CONDIVISIONE. Condividi gli scatti realizzati dai tuoi clienti, loro si sentiranno valorizzati e il potenziale cliente si sentirà rassicurato dall'esperienza già fatta da altri.

Questi sono solo alcuni consigli che mixano l'online con l'offline per creare una strategia di comunicazione che sia contemporanea e in linea con il particolare periodo storico che stiamo vivendo. L'importante è, ovviamente, rispettare le regole, agire con sicurezza e mostrarsi empatici con i propri clienti. cod 71000

HEALTHYFOOD
SERVIZI A 360° PER UNA GESTIONE ALL'AVANGUARDIA

Il futuro è già realtà. L'azienda italiana di servizi food-tech dà il via ad una rivoluzione nell'universo Horeca grazie a un ventaglio di servizi digitali innovativi ad alto valore aggiunto

HealthyFood, l'azienda italiana food-tech di Pietro Ruffoni, inserito da Forbes tra i migliori 100 manager e imprenditori italiani del 2020, cala un altro asso per i ristoratori e disegna la rivoluzione per tutti, a prova di lockdown, rendendo facilmente accessibile agli esercenti del settore, siano piccole trattorie, ristoranti stellati, bar o catene, un ventaglio di servizi innovativi e tecnologici ad alto valore aggiunto. Si tratta di una vera e propria partnership strategica con un potenziale risparmio mensile, per singolo ristoratore, pari a 20 volte l'investimento, fondamentale per resistere alle nuove regole imposte dal Dpcm e mantenere la competitività sul mercato per la ripartenza.

Parole chiave del nuovo pacchetto sono semplicità di utilizzo, digitalizzazione, sicurezza, accorciamento dei tempi, moltiplicazione degli ordini, riduzione degli sprechi e, non ultima, la crescita di visibilità del locale sui social presso i clienti in target. Ma soprattutto, considerando il momento storico che stiamo vivendo, la possibilità di gestire in modo immediato i servizi di prenotazione e take away pasti e di delivery.

Pietro Ruffoni

La novità di HealthyFood per gli esercenti della ristorazione è infatti un servizio a 360° unico nel mercato: a differenza delle altre piattaforme, prevede un costo fisso mensile inclusivo di tutto, senza alcuna commissione sulla prenotazione o sui piatti ordinati, con zero tempi di attesa, zero costi di investimento sui social e una programmazione del servizio ottimale e senza sprechi.

L'essere parte del network MyCIA, l'unica App con la Carta d'Identità Alimentare lanciata da HealthyFood, consente inoltre ai ristoratori l'immediato accesso diretto a 120mila utenti registrati e profilati per gusti e intolleranze: un bacino potenziale di clienti ad alta capacità di spesa nella cucina fuori casa che verrà ulteriormente implementato da campagne di pubblicità ad hoc, comprese nel pacchetto, per ogni singolo ristorante sui principali social, senza bisogno di sostenere costi per sponsorizzazioni o canoni di gestione profilo.

«La seconda ondata di restrizioni rischia di mettere in ginocchio uno dei principali asset della nostra economia, penso soprattutto alle piccole città dove i servizi di asporto e delivery non sono ancora così diffusi e dove i grandi player non sono ancora arrivati», dichiara **Pie-**

tro Ruffoni, fondatore di HealthyFood. «È proprio per aiutare concretamente tutte le realtà che ne hanno bisogno a superare il momento e avere una rampa di lancio appena ne usciremo che offro a prezzi altamente competitivi un sistema completo per far incontrare domanda e offerta: attraverso il nostro pacchetto, che include anche attività di digital marketing, i ristoratori si rendono visibili, gli utenti possono visualizzare il loro menu, ordinare e scegliere l'asporto oppure la consegna a domicilio, pensiamo a tutto noi».

A prescindere dalle dimensioni del locale, il ristoratore avrà a disposizione sulla piattaforma HealtyFood una propria dashboard attraverso la quale gestire con estrema facilità il menu aggiornandolo in totale autonomia e le comande con il giusto ordine di priorità; può quindi ridurre gli sprechi e godere di una pianificazione di attività di marketing mirata sulla propria insegna, attraverso i principali social, inclusa nel costo mensile.

I vantaggi sono innegabili anche per il cliente che potrà eseguire ogni azione dal proprio smartphone: effettuare ordini visualizzando il menu in 60 lingue, scegliere dove consumare il proprio pasto - sul posto prenotando un tavolo negli orari consentiti oppure con modalità delivery o asporto - e saldare con un clic il conto, con pagamento digitale e sicuro.

«I dati parlano chiaro - continua Ruffoni analizzando le ultime rilevazioni del Centro Studi HealthyFood - chi ha scelto innovazione e tecnologia per garantire la sicurezza e abbattere i costi ha visto aumentare i clienti: lo registriamo quotidianamente con il nostro MyContactless Menù, lanciato a fine lockdown ed utilizzato già da oltre 2mila ristoranti in Italia, che ha superato i 2 milioni di aperture. Abbiamo voluto disegnare un pacchetto che risolvesse per i ristoratori tante necessità con un'unica soluzione, riducendo i costi in modo significativo, sfruttando tutta la tecnologia all'avanguardia e nel contempo ampliando le loro occasioni di presentarsi a nuovi clienti. Stiamo inoltre studiando un servizio ulteriore, che sarà pronto a dicembre, per consentire ai ristoratori di gestire con noi la consegna a domicilio con costi irrisori rispetto alle medie di mercato».

Ed è il valore aggiunto del servizio, che non ha competitor nel mercato in questa nuova formulazione, ad avere convinto partner del calibro di Campari, che ha scelto da mesi di sperimentare l'innovazione di HealthyFood per portare innovazione nei bar e ristoranti italiani; così come SumUp, player dei pagamenti digitali sempre più presente in Italia, ha scelto HealthyFood per presidiare insieme il mondo dei locali e della ristorazione: «Siamo molto soddisfatti di questa collaborazione perché rappresenta un valore aggiunto per il mondo della ristorazione», commenta Umberto Zola, country growth leader Italia di SumUp. «In un momento come questo, è fondamentale andare incontro alle esigenze dei ristoratori con metodi di pagamento veloci e sicuri che contribuiscano ad assicurare la continuità di business ad uno dei comparti più colpiti dalla crisi che stiamo affrontando». cod 70916

Per informazioni: **mycontactlessmenu.cartaidentitalimentare.com**

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Edizioni Contatto surl
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · 351 8391052 · Fax 02 700557702 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteoscibilia2013@virgilio.it
Roberto Vitali (*editorialista*) · roberto.vitali15@alice.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · pieragenta@libero.it
Federico Biffignandi (*redattore*) · federico.biffignandi@italiaatavola.net
Sergio Cotti (*redattore*) · sergio.cotti@italiaatavola.net
Jenny Maggioni (*redattore*) · jenny.maggioni@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria di redazione*) · redazione@italiaatavola.net
Brian Vavassori (*segreteria di redazione*) · brian.vavassori@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*social media manager*) · alessandro.venturini@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, Massimo Artorige Giubilesi, Sergio Mei, Matteo Scibilia

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · 351 8391052 · Fax 035 5096886 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Livia Gerosa · livia.gerosa@italiaatavola.net · **Ivana Frosio** · ivana.frosio@italiaatavola.net

Corrispondenti di zona (*per contatti telefonici consultare il sito*)

Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta	**Piera Genta** · pieragenta@libero.it
Lombardia orientale	**Renato Andreolassi** · renato.andreolassi@alice.it
Pavia-Piacenza	**Stefano Calvi** · s.calvi@ilquattro.it
Veneto	**Giulia Marruccelli** · gmarruccelli@yahoo.it
Belluno-Bolzano-Trento	**Lina Pison** · linapison@gmail.com
Friuli Venezia Giulia	**Liliana Savioli** · lilli_sa@hotmail.com
Emilia Romagna	**Giuseppe De Biasi** · dbpino60@gmail.com
Toscana e Umbria	**Alessandro Maurilli** · a.maurilli@almapress.net
	Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it
Lazio	**Mariella Morosi** · mariellamorosi@hotmail.com
Marche	**Benedetta Gandini** · b.gandini22@gmail.com
	Carla Latini · carla@carlalatini.com
Abruzzo	**Monica Di Pillo** · monica.dipillo@yahoo.com
Campania e Molise	**Vincenzo D'Antonio** · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net
Puglia	**Sandro Romano** · sralessandroromano@gmail.com
Calabria	**Tommaso Caporale** · dodicialitro@gmail.com
Sicilia	**Gianni Paternò** · giopate@libero.it
	Piero Rotolo · pierotolo@tin.it
Svizzera (Canton Ticino)	**Rocco Lettieri** · simpatico.melograno@tin.it

Novembre 2020 · anno XXXIV · n. 283 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale e cultura enogastronomica per l'Horeca. Si occupa di food service, alberghi, ristoranti, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, travel, wellness e salute, con attenzione particolare ai professionisti, agli enti, alle aziende e alle associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Nadia Afragola, Valerio Beltrami, Fausto Borella, Alessandro D'Andrea, Enrico Derflingher, Leonardo Felician, Ezio Indiani, Roberto Lestani, Ernesto Molteni, Angelo Musolino, Giuseppe Paltani, Paolo Porfidio, Rocco Pozzulo, Fulvio Raimondi, Marco Reitano, Guido Ricciarelli, Claudio Riolo, Enrico Rota, Eros Teboni, Toni Sàrcina

Foto gettyimages® 2020 - Italia a Tavola

- **Quotidiano online** www.italiaatavola.net
- **Mensile cartaceo**
- **Mensile digitale**
- **Le Newsletter settimanali** via mail
- **Le newsletter quotidiane** su WhatsApp e Telegram
- **La Web TV**
- **Social network** con oltre 230.000 utenti
- **IaT Live News** il tg quotidiano in diretta social
- **La APP Italia a Tavola**
- **Gli aggregatori di notizie**

SEGUICI SU:

ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

PARTNER DI:

FIC Federazione Italiana Cuochi

Euro-Toques Italia

itchefs-GVCI Gruppo Virtuale Cuochi Italiani

Conpait Confederazione Pasticceri Italiani

AMPI Accademia Maestri Pasticceri Italiani

Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria

Noi Di Sala Camerieri, Maitre e Sommelier

Amira Associazione Maîtres Italiani Ristoranti ed Alberghi

Ada Associazione Direttori Albergo

European Hotel Managers Association

ABI Professional Associazione Barmen Italiani

Avpn Associazione Verace Pizza Napoletana

Apn Associazione Pizzaiuoli Napoletani

Ristoranti Regionali Cucina DOC

Movimento Turismo del Vino

Associazione Italiana Sommelier

Streetfood Project

IFSE Italina Food Style Education

Saps Agnelli Cooking Lab

Ika Italian Kitchen Academy - Roma

Azienda associata

Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548.
Chiuso il 10 novembre 2020